



# PEMBANGUNAN AGRIBISNIS INDONESIA

Andi Sawe Riesso, S.E., M.Si  
Amraeni, S.T., M.Si  
Rachmayaty, S.E., M.Si  
Nurdiana, S.P., M.Si



# PEMBANGUNAN AGRIBISNIS INDONESIA

*Andi Sawe Riesso, S.E., M.Si*

*Amraeni, S.T., M.Si*

*Rachmawaty, S.E., M.Si*

*Nurđiana, S.P., M.Si*



Tahta Media Group

## UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

### **Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4**

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

### **Pembatasan Pelindungan Pasal 26**

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

### **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 (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).

# PEMBANGUNAN AGRIBISNIS INDONESIA

Penulis:

Andi Sawe Riesso, S.E., M.Si  
Amraeni, S.T., M.Si  
Rachmawaty, S.E., M.Si  
Nurdiana, S.P., M.Si

Desain Cover:

Tahta Media

Editor:

Tahta Media

Proofreader:

Tahta Media

Ukuran:

vi,72, Uk: 15,5 x 23 cm

ISBN: 978-623-147-059-1

Cetakan Pertama:

Juni 2023

Hak Cipta 2023, Pada Penulis

---

Isi diluar tanggung jawab percetakan

---

Copyright © 2023 by Tahta Media Group

All Right Reserved

Hak cipta dilindungi undang-undang  
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau  
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini  
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT TAHTA MEDIA GROUP  
(Grup Penerbitan CV TAHTA MEDIA GROUP)  
Anggota IKAPI (216/JTE/2021)

## *KATA PENGANTAR*

Tiada kata yang pantas diucapkan kecuali syukur alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah mencurahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan naskah kolaborasi dengan judul “PEMBANGUNAN AGRIBISNIS INDONESIA”

Buku dengan judul Pembangunan Agribisnis Indonesia ini memiliki pokok-pokok bahasan yang mencakup: 1) Subsektor Agribisnis, 2) Manajemen Agribisnis: Peran Pemerintah Dalam Agribisnis, 3) Subsistem Pendukung Dalam Usahatani Yang Berbasis Bisnis, 4) Kelembagaan Dalam Agribisnis, 5) Atrategi Pengembangan Agribisnis, 6) Lembaga Keuangan, Bank, Dan Non Bank, 7) Strategi Pengembangan Agribisnis.

Akhir kata dengan terbitnya buku ini, harapan penulis adalah menambah khazanah keilmuan di bidang manajemen agribisnis dan dapat di nikmati oleh kalangan pembaca baik akademisi, dosen, peneliti, mahasiswa maupun masyarakat pada umumnya.

Makassar, April 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

Kata Pengantar.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
BAB I SUBSEKTOR AGRIBISNIS.....	1
A. Ruang Lingkup Subsektor Agribisnis.....	1
B. Strategi Manajemen Sdm Agribisnis.....	4
BAB 2 Manajemen Agribisnis: (Peran Pemasaran Dalam Agribisnis).....	9
A. Sistem Pemasaran Dalam Agribisnis.....	9
B. Alur Pemasaran Produk Agribisnis.....	13
C. Peran Lembaga Pemasaran Dalam Agribisnis.....	15
D. Peran Fungsi Pemasaran Dalam Agribisnis.....	17
BAB 3 SUBSISTEM PENDUKUNG DALAM USAHATANI YANG BERBASIS BISNIS MENGGUNAKAN FUNGSI.....	20
A. Subsistem Agribisnis.....	20
C. Lembaga-Lembaga Pendukung Agribisnis.....	23
D. Fungsi Subsistem Agribisnis Dalam Sistem Agribisnis.....	24
BAB 4 KELEMBAGAAN DALAM AGRIBISNIS.....	26
A. Arti Kelembagaan Dalam Agribisnis.....	26
B. Kelembagaan Sarana Produksi.....	29
C. Kelembagaan Pemasaran Hasil.....	31
BAB 5 STRATEGI PENGEMBANGAN AGRIBISNIS.....	32
A. Strategi Dalam Pengembangan Agribisnis.....	32
B. Tingkatan Strategi Dan Tipe-Tipe Strategi.....	34
BAB 6 LEMBAGA KEUANGAN, BANK, DAN NON BANK DALAM AGRIBISNIS.....	35
A. Lembaga Keuangan.....	35
B. Lembaga Keuangan Bank.....	37
C. Lembaga Keuangan Bukan Bank.....	43
BAB 7 STRATEGI PENGEMBANGAN AGRIBISNIS.....	45
A. Strategi Pengembangan.....	47
B. Penentuan Alternatif Strategi.....	48
C. Konsep Strategi Pengembangan.....	49

D. Prospek Perkembangan Agribisnis Di Indonesia .....	52
E. Ketahanan Pangan .....	56
F. Upaya Pengembangan Agribisnis Dalam Mewujudkan Ketahanan Pangan .....	57
G. Pembangunan Sistem Agribisnis .....	62
H. Fase Perkembangan Agribisnis Di Indonesia .....	65
DAFTAR PUSTAKA.....	67



# BAB I

## SUBSEKTOR AGRIBISNIS

### A. RUANG LINGKUP SUBSEKTOR AGRIBISNIS

#### 1. Agribisnis Pangan.

Dalam konteks usaha pangan yang lebih besar, sistem agribisnis pangan dapat dipandang sebagai satu kesatuan pengelolaan. Misalkan Anda seorang petani kedelai. Untuk melaksanakan kegiatan pertanian sebagai satu kesatuan perusahaan akan digunakan kedelai. Produk kedelai dapat dijual kepada konsumen secara langsung atau melalui perantara, dan dalam pendistribusiannya dilakukan berbagai kegiatan, antara lain: (1) distribusi benih dan pupuk; (2) pengelolaan lahan; (3) pemasaran; dan (4) kegiatan penunjang jasa seperti kredit dan permodalan. Di antara tanggung jawab subsistem yang bertanggung jawab untuk memperoleh bahan baku adalah: 2017 "Pohon makanan" mengacu pada fakta bahwa makanan dikonsumsi dengan cara yang diatur oleh populasi dan dalam jumlah yang cukup untuk menyediakan sebagian dari total energi yang disediakan oleh makanan. (Hastuti) (Hastuti, 2017). Menurut Suharja dkk. (1985:12), pangan adalah komponen yang dapat dimakan yang dikonsumsi secara teratur untuk memenuhi kebutuhan pemeliharaan, pertumbuhan, kerja, dan perbaikan jaringan.

#### 2. Agribisnis Hortikultura.

Agribisnis hortikultura sebagai suatu sistem dapat dipandang sebagai satu kesatuan pengelolaan dalam suatu unit usaha hortikultura. Petani manggis, misalnya. Menyelenggarakan kegiatan agribisnis dalam satu unit usaha manggis sebagai hasil usaha yang terkoordinasi. Kegiatan-kegiatan yang termasuk dalam subsistem pengadaan saproti adalah: (1) penyediaan benih, pupuk, dan pestisida (2) pembukaan lahan, penanaman bibit, pemeliharaan tanaman yang belum menghasilkan, tanaman hasil (TM), dan panen; (3) pemasaran barang buah manggis melalui perantara atau sampai ke konsumen akhir; dan (4) kegiatan jasa (misalnya, transportasi,

pengemasan, dan penyimpanan). Di bidang pertanian, hortikultura telah berkembang dari industri yang sangat sederhana dengan modal rendah menjadi perusahaan padat modal yang sangat modern dalam bentuk bangunan fasilitas dan mesin pertanian. Hortikultura adalah cabang pertanian yang telah berkembang dari industri yang sangat sederhana dengan modal rendah menjadi perusahaan padat modal yang sangat modern. Hortikultura adalah cabang pertanian yang mempelajari pertumbuhan tanaman yang menghasilkan buah, sayuran, tanaman hias dan bunga, rempah-rempah, dan bahan baku obat tradisional. Hortikultura adalah cabang pertanian yang mempelajari pertumbuhan tanaman yang menghasilkan buah, sayuran, tanaman hias dan bunga, rempah-rempah, dan bahan baku obat tradisional.

### 3. Agribisnis Perkebunan.

Sesuai dengan klasifikasi komoditas perkebunan oleh pemerintah di Hal, Departemen Pertanian (Kementerian Pertanian) ini dibagi menjadi perkebunan komoditas. Tanam semusim atau keras (perennial crop) dan tanam semusim adalah dua jenis tanaman yang bisa ditanam. Selain tanaman tahunan tersebut adalah: kakao (biji kakao), karet (karet), kopi (biji kopi), teh (daun kakao), kelapa (coconut palm oil), kina (quinine oil), kayu manis (wood sweet). daun), cengkeh (clove buds), kapuk (daun kapuk), merica (merica) (pala), jambu mete dan tanaman keras lainnya. Tebu, tembakau, kapas, rosela, dan rami adalah tanaman utama yang ditanam setiap tahun. Penatausahaan sistem agribisnis perkebunan dapat dibandingkan dengan pengelolaan unit usaha perkebunan dalam hal kompleksitas dan skala. Ambil contoh, cokelat dari seorang petani. Menggabungkan kegiatan pertanian dan bisnis menjadi satu unit usaha perkebunan kakao. Ada empat subsistem dalam rantai pasok kakao: pengadaan bahan baku, budidaya, panen, dan pasca panen (pengeringan atau fermentasi), dan pemasaran (Hastuti, 2017).

### 4. Pertanian Agribisnis.

Penatausahaan suatu sistem agribisnis peternakan dapat diibaratkan sebagai administrasi suatu unit usaha peternakan dari segi kompleksitasnya. Peternak, misalnya, menggunakan susu sapi.

Mengintegrasikan semua kegiatan agribisnis ke dalam operasi sehari-hari dari satu peternakan sapi perah. Sebelum proses produksi dimulai, disediakan benih dan susu sapi; kegiatan usaha produksi (budidaya) meliputi pemeliharaan, pemberian pakan, dan pencegahan penyakit untuk produksi susu segar; kegiatan pasca produksi meliputi pengolahan susu segar dari pabrik pabrik pengolahan; dan kegiatan pemasaran meliputi penjualan susu segar ke pedagang dan susu olahan (susu kental, dll).

5. Agribisnis Perikanan.

Di lapangan, penangkapan ikan merupakan salah satu jenis kegiatan ekonomi yang mencakup penangkapan dan produksi makhluk dan tumbuhan air (Wijaya et al., 2021). Menurut Direktur Jenderal Perikanan (1975:3), perikanan Indonesia dibagi menjadi sektor dan sub-sektor, Pertama, ada perikanan laut berdasarkan tangkap dan budidaya, dan kedua, ada perikanan berbasis darat yang berbasis perikanan umum dan budidaya, masing-masing seperti budidaya payau dan air tawar (tambak, keramba, dan sawah). Menurut Soeseno (1983:10), ada dua jenis operasi penangkapan ikan. Penangkapan ikan komersial dilakukan di laut, sungai, rawa, dan danau, sedangkan budidaya ikan dilakukan di kolam, sawah, sungai, tepi danau, dan laut pesisir. Penangkapan ikan untuk tujuan komersial dapat dibagi menjadi dua kategori: penangkapan ikan komersial di laut dan di sungai, rawa, dan danau. Menurut manajemen, agribisnis perikanan laut merupakan unit pengelolaan usaha perikanan. Sebagai contoh, seorang nelayan bisa menjadi contoh yang baik. Jika Anda ingin membeli tuna, sebaiknya beli dari satu perusahaan, karena lebih mudah mendapatkan ikan segar dari satu sumber. kegiatan pengadaan subsistem perikanan (sarana) dan alat tangkap (alat pancing galah/huate); (2) kegiatan usaha produksi (tangkapan) berupa penangkapan ikan tuna di geladak kapal motor; (3) kegiatan pemasaran ikan tuna melalui perantara atau langsung ke konsumen akhir, eksportir, dan lembaga pasar, serta (4) kegiatan jasa penunjang pemasaran ikan tuna (Hastuti, 2017)

## 6. Agribisnis Kehutanan.

Hutan lindung, hutan produksi, hutan suaka, dan hutan transit adalah empat jenis hutan yang diklasifikasikan berdasarkan fungsinya. Klasifikasi yang paling umum adalah perlindungan hutan. Yang dimaksud dengan "hutan produksi" adalah kawasan hutan yang berguna untuk menghasilkan hasil hutan yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat luas, pengembangan industri, dan kebutuhan ekspor; istilah "hutan lindung" adalah kawasan hutan alam yang bermanfaat bagi ilmu pengetahuan dan teknologi (iptek); dan yang dimaksud dengan "hutan" adalah kawasan hutan yang berguna untuk memelihara kesuburan tanah (ilmu pengetahuan dan teknologi). Berbagai contoh wisata hutan, seperti wisata Taman Hutan Raya biasa untuk tujuan rekreasi, ada. Dalam konteks perusahaan yang lebih besar, pertanian dan kehutanan dapat dilihat sebagai satu kesatuan pengelolaan. Kalau bicara jati, misalnya, kayunya berasal dari petani. Sebagai bagian dari kegiatan agribisnis unit usaha lain, unit kehutanan bertanggung jawab. Kegiatan pengadaan bahan baku meliputi pengadaan benih, pupuk, dan peralatan pabrik; (2) kegiatan usaha produksi (budidaya) meliputi pembukaan lahan, penanaman, pemeliharaan, dan perlindungan sampai tegakan dinyatakan dewasa; (3) pemanenan dan produksi kayu jati; (4) kegiatan di Hastuti meliputi kegiatan yang berkaitan dengan pemasaran kayu jati (Hastuti, 2017).

## B. STRATEGI MANAJEMEN SDM AGRIBISNIS

### 1. Konsep Manajemen SDM Agribisnis

Dalam keberhasilan pertanian, manusia adalah faktor yang paling penting untuk dipertimbangkan karena mereka adalah kekuatan pendorong di balik berhasil atau tidaknya suatu operasi agribisnis. Terlepas dari kenyataan bahwa sumber daya adalah salah satu aset terpenting dalam agribisnis apa pun, ia biasanya diabaikan. Istilah manajemen sumber daya manusia mengacu pada seorang karyawan yang membantu perusahaan mencapai tujuannya melalui proses penggajian, pengembangan, motivasi, dan evaluasi (Machfoedz, 2007). Kasmir, 2009 mendefinisikan manajemen

sumber daya manusia sebagai rangkaian kegiatan yang dimulai dengan analisis jabatan, keluarga perencanaan kekuasaan, pengadaan tenaga kerja, orientasi kerja, gaji dan kompensasi, serta pengembangan kebijakan dan prosedur, pengembangan karir, dan pemutusan hubungan kerja.

Menurut Siagian.R. (2003), orang-orang manajemen sumber daya di pertanian memiliki berbagai tanggung jawab, beberapa di antaranya mencakup dimensi yang berkaitan dengan keseluruhan perusahaan. Personil bertanggung jawab atas berbagai tugas, termasuk rekrutmen, penunjukan, pelatihan, penilaian, promosi penyerahan, layanan dan tunjangan tanggapan manajemen, serta menangani pekerjaan faktor serikat pekerja. Selanjutnya, manajemen sumber daya manusia pertanian harus membentuk organisasi struktural di mana tugas, wewenang, dan akuntabilitas individu didefinisikan secara jelas dan dikomunikasikan kepada semua karyawan.

Fungsi penerapan manajemen dalam kegiatan analisis profesi agribisnis meliputi perencanaan sumber daya manusia, perekrutan, penempatan SDM, pemeliharaan dan pengembangan, dan penyerahan kompensasi atau penggajian atas operasi perusahaan pertanian (perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, pelaksanaan, pengaturan, dan evaluasi). Manajemen sumber daya manusia agribisnis, menurut Musyadar Achmad dan Sutoyo (2017), digambarkan sebagai konsep dengan aturan, prosedur, dan praktik untuk mengelola agribisnis perusahaan orang dalam untuk memenuhi tujuan yang telah ditetapkan untuk mencapai tujuan yang ditentukan.

a. Profesi Analisis.

Karir dalam analisis didefinisikan sebagai tindakan memperoleh dan mengatur berbagai informasi yang relevan, yang mencakup semua bentuk pekerjaan, tugas, dan tanggung jawab, dan menanggapi kewajiban dan tanggung jawab tersebut untuk mencapai tujuan organisasi atau perusahaan. Salah satu sumber daya manusia yang sangat berharga dalam industri pertanian adalah profesi analisis, karena sangat penting untuk

mengetahui jenis profesi apa yang harus dilakukan untuk memenuhi tujuan perusahaan agar berhasil. Deskripsi pekerjaan, persyaratan pekerjaan, dan deskripsi pekerjaan adalah contoh bagaimana hasil dari proses analitis disajikan kepada klien.

b. Perencanaan Sumber Daya Manusia.

Dalam dunia bisnis, perencanaan sumber daya man adalah proses meramalkan, mengembangkan, menerapkan, dan memantau yang memastikan kesesuaian karyawan perusahaan secara keseluruhan, serta penempatan karyawan pada waktu yang tepat dan dengan biaya yang dapat diterima. Rencana operasional kerangka, yang sebelumnya telah dikembangkan oleh suatu organisasi, digunakan untuk menentukan sumberdaya apa yang diperlukan dan bagaimana sumber daya tersebut akan dipenuhi. Perencanaan sumber daya tenaga kerja, juga dikenal sebagai tenaga kerja, adalah proses menentukan sumber daya apa yang dibutuhkan dan bagaimana mereka akan dipenuhi. Selain sangat menguntungkan, perencanaan tenaga kerja juga merupakan proses yang mencakup mengantisipasi, menyusun strategi, merencanakan, melaksanakan, dan mengatur, memungkinkan organisasi untuk memastikan bahwa ia memiliki semua karyawan yang sesuai di tempat yang tepat.

c. Pengadaan Sumber Daya Manusia.

Menurut Machfoedz (2009), rekrutmen adalah operasi komprehensif di mana pelamar memenuhi persyaratan untuk posisi tertentu. Tujuan perekrutan adalah untuk menarik sejumlah besar pelamar yang memenuhi syarat untuk posisi yang saat ini kosong tetapi belum diisi. Perencanaan sumber daya manusia, menurut Ruky (2006) dan Meldona (2009), dapat digambarkan sebagai proses mencari dan menarik pelamar yang memenuhi persyaratan untuk mengisi peran tertentu yang telah ditetapkan dalam organisasi.

d. Pelatihan dan pengembangan.

Setiap pemimpin akan memberi tahu Anda bahwa melakukan perbaikan atau pemeliharaan saja tidak cukup.

Manajemen sumber daya manusia yang didukung dengan sistem penghargaan (reward system) akan berpengaruh terhadap bagaimana suatu korporasi berfungsi dalam jangka panjang. Tujuan utama pemeliharaan adalah untuk membuat karyawan saat ini merasa nyaman dalam pekerjaan mereka sehingga mereka dapat berkembang dan melakukan tugas mereka dengan kemampuan terbaik mereka. Ada kemungkinan manusia yang tidak dirawat dengan baik dan merasa tidak mendapatkan kesepakatan yang adil dapat mendorong karyawan untuk keluar dari organisasi atau melakukan pekerjaan yang kurang optimal. Menjaga sumber daya manusia agar berfungsi dengan baik sebagian besar berkaitan dengan memperhatikan dan mengevaluasi sepenuhnya fakta tentang manusia. Sampai batas tertentu, tenaga manusia yang sudah ada dalam organisasi tertentu harus dikembangkan sesuai dengan strategi pengembangan perusahaan. Jika sebuah perusahaan ingin berkembang, ia harus melakukan investasi dalam pertumbuhan karyawannya. Tidak tertutup kemungkinan bahwa sumber daya manusia pembangunan ini akan dilaksanakan melalui pendidikan dan pelatihan yang berkesinambungan. Di bidang pendidikan dan pelatihan dilakukan upaya peningkatan sumber daya manusia, khususnya dalam hal kualitas intelektual dan kepribadian. Berbeda dengan pendidikan yang menitikberatkan pada penyiapan kandidat untuk memanfaatkan energi organisasi, pelatihan berkaitan dengan peningkatan kompetensi atau kemampuan pekerja yang telah dialokasikan pada fungsi atau tanggung jawab tertentu (Thanthirige et al., 2016)

## **2. Pembinaan Sumber Daya Manusia Dalam Pengembangan Agribisnis**

Perlu dikembangkan kegiatan pertanian yang terbukti berhasil di masyarakat. Dalam membangun suatu kegiatan, pemerintah, dunia usaha, lembaga swadaya masyarakat, kelompok masyarakat, dan lembaga lainnya terlibat. Di Indonesia, menurut Soekartawi (1993; 2000), para pembina pertanian seringkali

dihadapkan pada berbagai persoalan, antara lain sebagai berikut: (Karmini, 2020).

- a. Pertanian memiliki struktur produksi yang tersebar, sehingga tidak ada yang kompak.
- b. Infrastruktur negara tidak memadai.
- c. Tantangan dalam penyediaan faktor produksi disebabkan oleh pola agroindustri klaster yang terfokus di kota-kota besar.
- d. Kondisi topografi Indonesia yang terdiri dari banyak pulau juga menjadi kendala utama dalam pencapaian produk agroindustri yang murah.

Pembangunan agribisnis harus diarahkan pada tujuan-tujuan berikut dalam kondisi seperti itu;

- a. meningkatkan keterampilan dan kapasitas petani untuk bertani melalui efisiensi
- b. meningkatkan keterampilan dan kapasitas petani untuk bertani melalui inovasi
- c. Tingkatkan pemahaman Anda tentang pasar dan opsi yang ditawarkannya. Untuk membuat produk pertanian lebih seragam, langkah-langkah berikut harus dilakukan:
- d. Penguatan kelembagaan di pedesaan

### **3. Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia di Sektor Agribisnis**

Dalam industri pertanian, strategi mengacu pada pendekatan atau sikap yang digunakan oleh sumber daya manusia. Agribisnis adalah jenis perusahaan yang bergerak di bidang pertanian dan kemudian mengolah produk yang dihasilkan sedemikian rupa sehingga produk akhirnya adalah agribisnis. Dalam industri pertanian, umumnya diakui bahwa sumber energi yang paling kuat adalah penggerak manusia atau pohon. Manusia sangat berhati-hati dalam pertanian, dan tidak ada perusahaan pertanian yang dapat bekerja dengan baik tanpa bantuan seorang tangan csmprur. Orang sumber kekuatan sangat penting dalam industri pertanian. Tahun 2018 adalah tahun peralihan (Febrianti & Irianti).



## BAB 2

# MANAJEMEN AGRIBISNIS: (PERAN PEMASARAN DALAM AGRIBISNIS)

### A. SISTEM PEMASARAN DALAM AGRIBISNIS

Pemasaran adalah suatu kegiatan yang ditentukan oleh faktor-faktor seperti faktor sosial, ekonomi, budaya, politik dan bisnis. Karena efek dari faktor-faktor di atas, individu atau kelompok dapat menerima produk yang berharga (Harlan et al., 2020). Tujuan pemasaran adalah menjembatani keinginan produsen dan konsumen untuk menyelesaikan proses pembuatannya. Hampir semua kegiatan pemasaran membantu produsen memahami apa yang diinginkan konsumen (Asmarantaka et al., 2018).

Agribisnis adalah suatu sistem kegiatan usaha di bidang pertanian dengan beberapa subsistem yang saling berhubungan. Subsistem tersebut adalah penyediaan sarana dan prasarana (input pertanian), budidaya pertanian, pengolahan produk (industri pertanian), pemasaran, dan subsistem pendukung (lembaga keuangan, pemekaran, transportasi, politik, dll). Kelima subsistem tersebut saling berhubungan dan diperlukan bagi agribisnis untuk mencapai tujuannya yang menguntungkan. Jika salah satunya tidak berjalan, maka siklus agribisnis tidak berjalan maksimal.

Pemasaran agribisnis secara sederhana didefinisikan sebagai proses pendistribusian barang dari produsen ke konsumen. Selain itu, menurut W. David Downey & Steven P. Erickson dari Manajemen Agribisnis ini, pemasaran adalah proses yang menghasilkan suatu produk mengalir melalui sistem dari produsen ke konsumen. Pada dasarnya, potensi pertanian Indonesia sangat besar. Produk agribisnis ditujukan untuk pemasaran domestik dan internasional (Wahyuningsih, 2007). Selain itu, Pemasaran agribisnis dicirikan sebagai perkembangan kegiatan bisnis yang ditujukan untuk memenuhi pembeli melalui perdagangan barang dan administrasi. Promosi agribisnis terdiri dari iklan sumber-sumber informasi dan perangkat agraris, pemasaran produk-produk pedesaan dan promosi produk-produk agribisnis, dan promosi administrasi-administrasi pendukung agribisnis.

Subsistem pemasaran agribisnis menggabungkan promosi barang-barang agraris dan modern untuk sektor bisnis lokal dan pengiriman. Tindakan

utama dari subsistem ini adalah pengamatan dan peningkatan data pasar dan data pasar pada sektor bisnis dalam negeri dan asing. Kerangka kerja adalah kumpulan artikel atau bagian yang secara konsisten terkait dan menyusun satu kesatuan yang saling terkait. Subsistem pemasaran adalah berbagai perusahaan yang menjalankan tugas mempromosikan produk, administrasi, pemikiran, individu, dan variabel lingkungan, bekerja sama, membentuk, dan memengaruhi hubungan antara perusahaan dan pasarnya. Mempromosikan adalah pekerjaan memberikan tenaga dan produk dari pembuat kepada pembeli (Asrina dan Martina, 2017).

Sistem pemasaran agribisnis memainkan fungsi pemasaran untuk memberdayakan perkembangan produk pertanian dari pembuat pertama ke pembeli terakhir, atau sebaliknya, dan meningkatkan perkembangan uang tunai, produk bernilai yang dibuat dengan latihan produksi. Sebuah pengaturan dibawa bersama mempromosikan kantor. Dari tangan pembeli akhir, spesialis periklanan, kerangka barang hingga tangan pembuat utama. Subsistem promosi agribisnis mengingat latihan yang bermanfaat yang dilakukan oleh perusahaan untuk kerangka item, baik dalam arah ke atas sehubungan dengan permintaan untuk penggunaan tambahan atau secara merata didasarkan pada tingkat yang sama dari tindakan yang bermanfaat.

Tingkat efisiensi pemasaran tidak sepenuhnya ditentukan oleh tingkat produktivitas dan kecukupan semua latihan utilitarian dari kerangka kerja, yang menentukan pelaksanaan fungsional dan proses kerangka kerja. Produktivitas kerangka periklanan ditunjukkan oleh penggunaan campuran vertikal dan level yang solid, yang secara merata mengedarkan proporsi peningkatan biaya yang disebabkan oleh setiap latihan yang dilakukan penghibur.

Seperti yang dikemukakan oleh Mubyarto 1989, sebuah kerangka pameran seharusnya produktif dengan asumsi memenuhi dua keadaan. Artinya:

- a. semua itu untuk menjamin bahwa efek samping dari peternak/pembuat dapat diberikan kepada pembeli dengan biaya seminimal mungkin,
- b. biaya yang dibayarkan oleh pelanggan untuk semua pertemuan yang terkait dengan perakitan dan pameran barang-barang mereka. Jika pemasaran dilakukan secara efektif dan benar, pada umumnya promosi dapat meningkatkan kemampuan finansial, keuntungan pembuat peningkatan, dan peningkatan kepuasan pembeli (Ratna et al., 2017).

Pasar agribisnis memiliki kualitas tersendiri. Pada akhirnya, barang yang dijual bisa berupa barang baru atau barang yang sudah ditangani. Karena ide barang-barang ini, mereka sebagian besar memiliki kehidupan bantuan yang lebih terbatas daripada barang-barang dan barang-barang modern lainnya. lebih dari itu. Periklanan membutuhkan perlakuan yang luar biasa, dan, yang mengejutkan, perlakuan yang unik, yang mempengaruhi pengeluaran dan keuntungan promosi. Ia sering terombang-ambing tanpa henti. Satu lagi kualitas pasar agribisnis adalah ketidakteraturan, yang mempengaruhi struktur pasar, kemandirian biaya, kecakapan periklanan, dan pembayaran. Ada pula mediasi pemerintah dalam iklannya, terutama menyangkut biaya, karena ada beberapa barang hortikultura, misalnya beras dan jagung, yang merupakan barang sosial yang mempengaruhi keberadaan banyak orang.

Agribisnis dan produk agribisnis; Barang-barang agribisnis sering dibandingkan dengan produk dan dapat didelegasikan barang-barang penting yang dapat dijual baru atau kering untuk digunakan dan digunakan sebagai komponen mentah untuk usaha agribisnis, tetapi satu untuk barang-barang agribisnis. Menghitung lebih dari item mentah atau kering. Barang-barang pedesaan yang ditangani atau modern juga termasuk kompos hewan peliharaan, sekam padi, batang pisang, jagung dan limbah hortikultura lainnya. Ini dapat didaur ulang dan menawarkan keuntungan finansial.

A.T. Mohser (1966) menunjukkan perhatian pada pentingnya sektor bisnis dan mempromosikan barang-barang yang dibuat oleh peternak. Sejujurnya, Moser percaya pasar untuk barang-barang hortikultura menjadi salah satu persyaratan utama untuk lima keadaan yang dibutuhkan oleh peternak untuk mendorong pertanian mereka. Tanpa pasar barang-barang hortikultura, tidak akan ada pergantian agraria (Nasrudin, 2010). Pemasaran yang menguntungkan dianggap bagus dengan asumsi itu membuat kondisi yang memenuhi semua pertemuan, termasuk pembuat, perusahaan promosi, dan pembeli. Pemenuhan yang dimaksud meliputi pemenuhan antara biaya yang diperoleh dari pembuat, remunerasi dan administrasi yang diperoleh dari pedagang besar, dan pemenuhan dengan tenaga kerja dan produk yang diperoleh dari pembeli. Perantara terlibat dengan perkembangan produk di antara pembuat dan pembeli. Layanan perantara memudahkan pembeli untuk membeli barang sesuai keinginannya (Nina Sawitri, Hemeria, 2019)

Singkatnya, peran pemasaran sebagai mesin pertumbuhan sistem agribisnis meliputi:

- a. Memaksimalkan konsumsi yang berasal dari hasil pertanian
- b. Memaksimalkan kepuasan konsumen
- c. Memaksimalkan kualitas hidup
- d. Memenuhi kebutuhan konsumen
- e. Terbentuknya pasar agribisnis

Pemasaran juga berperan dalam menciptakan penggunaan aset yang diperoleh melalui proses pertukaran (jual beli). Penggunaan lokasi untuk kegiatan transportasi; penggunaan waktu untuk kegiatan penyimpanan, dan penggunaan format dengan konversi ke format yang disukai oleh konsumen selama proses pemrosesan produk. Misalnya, sekantong gandum kering tidak masuk akal bagi orang yang lapar. Namun, setelah membuat nasi kesukaan (use of form) dan mengirimkannya ke tempat tinggal (use of place) saat lapar (use of time), penggunaannya semakin meningkat. Penjualan hasil pertanian umumnya dipengaruhi oleh sikap produsen. Dengan beberapa pengecualian, sikap tradisional petani Indonesia cenderung ke arah efisiensi produksi dan berperan pasif dalam kegiatan pemasaran (Nasrudin, 2010).

Peranan agribisnis dalam perekonomian Indonesia sangat vital dan harus terus berkembang, terutama setelah kawasan industri pertambangan dan minyak mengalami penurunan yang sangat mengganggu. Pengembangan kawasan agribisnis membutuhkan kolaborasi mitra yang berbeda untuk bidang ini: otoritas publik, swasta, peternak dan bank untuk menambah devisa perdagangan asing negara. Untuk mencapai tujuan perputaran uang, khususnya di bidang agraris, penting untuk menyiapkan tahapan-tahapan penting untuk memperluas atau mempercepat pembangunan di pedesaan, terutama untuk memperluas gaji individu dan bantuan pemerintah. Salah satu cara untuk mencapai tujuan ini adalah perbaikan menyeluruh dari bisnis agribisnis dan pertanian yang terkait dengan kemajuan berbagai bidang ekonomi. Lebih lanjut diungkap Sueno. H (2007), kawasan pertanian seharusnya menjadi tujuan utama dalam upaya membentengi jaringan pedesaan. Daerah ini harus dimanfaatkan sebagai titik awal yang kuat untuk kemerdekaan negara dalam berbagai bidang agraria, khususnya pangan, sebelum memasuki masa modern. Secara lebih eksplisit, ketahanan pangan

lingkungan harus diselesaikan terlebih dahulu, dan pertanian harus menjadi perhatian utama (Syahza, n.d.).

## **B. ALUR PEMASARAN PRODUK AGRIBISNIS**

Pertanian Produk pertanian dari pertanian hampir selalu melalui perantara sebelum sampai ke konsumen. Jalur yang ditempuh produk agribisnis pertanian ini untuk sampai ke tangan konsumen, dengan atau tanpa perantara, disebut saluran pemasaran. Secara umum, ada dua jenis saluran pemasaran: rute langsung sederhana dan rute perantara.

Pemasaran langsung agribisnis Di sini, pembuat mengelola pelanggan. Nilai yang dialamatkan pembeli setara dengan biaya yang diperoleh pembuatnya. Pada biaya, pembuat mendapatkan biaya yang adil. Lagi pula, pembeli juga senang karena bisa mendapatkan barang baru. Meskipun demikian, saluran penawaran ini memiliki beberapa kekurangan, termasuk: B. Ukuran dan batas pasar, atau pembeli yang kurang meningkat, pembuat tidak tertarik untuk memperluas penawaran dengan menangani item ke dalam struktur yang berbeda dengan biaya yang lebih baik, pembuat sedang berkembang Anda dapat memperpanjang pengangkutan jaringan melalui ekstensi yang bertentangan dengan organisasi periklanan, jadi tidak peduli apa panggilannya sebagai peternak atau pembuat.

Saluran Pemasaran Agribisnis Pertanian dengan Pialang Saluran pemasaran ini termasuk mediator, sehingga pembuat tidak dapat menghubungi pembeli secara langsung. Perantara adalah pedagang yang memiliki dan mengawasi produk dan menjualnya untuk mendapatkan keuntungan. Jenis pedagang normal dalam agribisnis pedesaan adalah pengecer, pedagang grosir, dan otoritas. Pengecer adalah orang menengah yang menjual produk secara langsung kepada pembeli yang konklusif. Pedagang grosir, sekali lagi, adalah individu yang mendapatkan barang hortikultura dari peternak dan pihak berwenang dan mengirimkannya ke pedagang dan pengecer yang lebih sederhana. Kemudian lagi, pengumpul adalah penjual yang mengumpulkan beberapa item dari beberapa pembuat dan menjualnya dalam jumlah besar. Sederhananya, semua pedagang yang tumpang tindih dengan spesialis dan pembuat kesepakatan menjadi pembeli adalah orang tengah.

Jumlah mediator memperluas rantai promosi. Oleh karena itu, tingkat biaya yang diperoleh peternak agak rendah dibandingkan dengan biaya yang harus dikeluarkan oleh pembeli. Untuk mengatasi hal ini, penting untuk melakukan upaya untuk menyingkat pengalihan periklanan selain upaya untuk memperluas keterampilan pekerjaan kantor pemasaran dan lebih mengembangkan kantor transportasi.

#### 1. Menentukan Kebijakan Harga Jual Produk Agribisnis

Biaya penjualan akan secara signifikan menentukan tempat pelaku bisnis di oposisi. Set biaya penjualan harus benar-benar memiliki opsi untuk memberikan kepuasan kepada pembeli serta memiliki opsi untuk memenuhi pencapaian tujuan organisasi. Sejujurnya, harga jual barang-barang agribisnis agraris sangat dipertanyakan. Ini jelas merupakan akibat dari kekurangan alat pengukur penciptaan yang dibuat oleh para ahli agribisnis agraria dengan alasan bahwa batas penyampaian sumber informasi untuk tidak terlalu agen juga.

Padaahal, sebagai pelaku agribisnis tingkat tinggi, tentunya setiap upaya akan dilakukan untuk melakukan kajian pasar terhadap kebutuhan pembeli akan barang agribisnis semacam ini. Selain itu, penting juga untuk mengukur seberapa luas penciptaan untuk jenis-jenis produk agribisnis agraris. Dengan menilai penciptaan dan meruntuhkan kebutuhan pembeli, pada dasarnya pelaku agribisnis pedesaan telah berusaha untuk mengharapkan pertaruhan penurunan biaya pada waktu pengumpulan. Secara hipotetis bahwa biaya pasar terjadi melalui kekuatan Minat (Permintaan) dan (Penawaran) waspada.

#### 2. Menentukan Distribusi Produk Agribisnis

Produk pertanian mudah rusak, relatif homogen, tidak stabil dalam kuantitas dan kualitas, cenderung diproduksi secara musiman, dan area produksi tersebar dan terspesialisasi sesuai dengan kompatibilitas tanah dan iklim. Produk pertanian seringkali memiliki biaya tambahan yang dapat meningkatkan biaya pemasaran. Kontraksi fisik produk yang mempengaruhi strategi pemasaran karena keluhan sering datang dari pelanggan baik pemasaran dalam negeri maupun luar negeri

Selanjutnya, untuk menghindari kemalangan tersebut, pengembangan lebih lanjut inovasi kreasi, inovasi penanganan dan kapasitas peralatan sangat penting. Satu lagi variabel yang harus

dipertimbangkan untuk mengurangi atau membatasi perjudian kerugian adalah bekerja pada sifat bundling. Dari gambaran di atas, dapat dikatakan bahwa kualitas barang dan kualitas barang perlu difokuskan baik pada kondisi barang maupun norma kualitas barang.

### 3. Menentukan Kebijakan Promosi Produk Agribisnis

*Advancement* adalah gerakan untuk mempresentasikan, membujuk, dan membantu pembeli untuk mengingat keunggulan dan sifat barang. Kemajuan biasanya dilakukan pada jenis produk agribisnis baru atau pengiriman varietas baru. Pekerjaan promosi adalah pekerjaan untuk membawa barang berikutnya lebih dekat ke pembeli, dan dengan cara ini barang tersebut akan berharga dan dikenal oleh pembeli. Untuk situasi ini, itu menyiratkan bahwa target kemajuan adalah untuk membangun minat untuk barang-barang yang dikirim. Apa yang dimaksud dengan hasil yang dibuat di sini termasuk yang disampaikan oleh organisasi budidaya serta yang dibuat oleh agroindustri. Yang harus dilakukan sekarang adalah bagaimana mengembangkan metodologi waktu terbatas yang layak sehingga dapat mempengaruhi selera pembeli.

## C. PERAN LEMBAGA PEMASARAN DALAM AGRIBISNIS

Lembaga pemasaran adalah badan usaha atau orang yang melakukan kegiatan pemasaran, menyebarkan administrasi dan produk agraria kepada pembeli akhir dan memiliki organisasi dan asosiasi dengan perusahaan atau orang-orang potensial. Pendirian periklanan muncul sebagai kebutuhan yang mungkin muncul untuk mendapatkan barang yang ideal seperti yang ditunjukkan oleh waktu, tempat dan struktur (Koerniawati, 2012).

Pada umumnya, peran lembaga pemasaran adalah melakukan kapasitas promosi dan sepenuhnya mengatasi masalah dan keinginan pembeli. Meskipun Anda menginginkan pekerjaan yang hebat dalam menghubungkan pembuat dan pembeli, iklan yang efektif berarti menyampaikan produk dan layanan yang dibutuhkan dan dibutuhkan pembeli. Ini berarti barang dagangan muncul dengan waktu yang tepat, dalam struktur dan kualitas yang Anda sukai, dengan harga yang tepat. Ini bukan tugas sederhana. Ini jelas bukan tugas yang mudah, terutama mengingat berbagai macam barang yang dapat dikirim dalam ekonomi yang berkembang pesat dan berbagai jenis barang dan layanan yang diminta pelanggan (Nasrudin, 2010).

Agen pemasaran ini menjual barang dan jasa. Sebagaimana ditunjukkan oleh Hanafiah dan Saefudin (1986), organisasi etalase adalah sebuah yayasan yang melakukan latihan atau kapasitas periklanan. Sementara itu, seperti yang ditunjukkan oleh Sudiyono (2001), spesialis pemasaran adalah orang atau individu yang sibuk dengan pemasaran, pemberian produk dan layanan dari pembuat ke pembeli akhir, dan mengikuti asosiasi dengan organisasi lain. Sedangkan kapasitas pameran adalah perpindahan yang dilakukan pada saat suatu barang sampai kepada pembeli dari pembuatnya, dan juga merupakan suatu tindakan yang memberikan kegunaan terhadap barang tersebut (Suminartika dan Djuanalina, 2017).

(Ustriyana, 2017) Dilihat dari kewenangannya terhadap barang yang dipertukarkan, organisasi promosi dibagi menjadi tiga kelompok, yaitu:

1. Lembaga pemasaran yang bukan pemilik namun mempunyai kuasa atas produk (agent middleman), di antaranya adalah :
  - a. Perantara, pialang penjualan maupun pialang beli. Pialang adalah perantara perantara yang tidak terlalu tertarik pada pelaksanaan kapasitas promosi, tetapi hanya menghubungkan pihak pelaksana. Dengan asumsi pertukaran efektif selesai, perantara akan mendapatkan biaya untuk bantuan.
  - b. Commission agent, Khususnya orang-orang yang berperan penting dalam pelaksanaan kemampuan menampilkan, terutama yang berhubungan dengan jalannya pemilihan barang, pengukuran dan penilaian. Sebagai aturan, Anda akan dikenakan biaya untuk perbedaan harga barang.
2. Lembaga pemasaran yang memiliki dan menguasai produk pertanian yang diperjualbelikan, antara lain:
  - a. Mengumpulkan dealer atau otoritas, slashers, mediator atau pembeli kesepakatan, seluruh vendor. Mereka sebagian besar mengukur nilai semua produk hortikultura dengan menilai berapa banyak mengumpulkan meningkat dengan biaya normal di mengumpulkan (biaya asumsi). Dalam praktek di peternakan, jika pembeli perjanjian adalah seorang ahli slasher atau fortified, setelah pemahaman nilai tercapai.
  - b. Grain millers, adalah makelar atau kantor pemasaran yang mempunyai gudng penyimpanan barang-barang agraria. Mereka akan

membeli barang-barang hortikultura yang berbeda, pada dasarnya beras dan hasil opsional dan secara bersamaan menangani pasca panen.

- c. Eksporter dan importer.
- d. Lembaga pemasaran yang tidak memiliki dan tidak menguasai produk pertanian yang ditransaksikan
- e. *Processors* dan manufaktur: lembaga-lembaga ini berperan penting dalam sistem pemasaran hasil pertanian karena realitasnya merupakan jaminan bagi pasar barang-barang agraria. Misalnya, cenderung terlihat usaha-usaha makanan yang ditangani, misalnya pembuat jus apel, produk organik kalengan, susu yang disanitasi, pakan ternak, pengolahan beras, baik dalam skala kecil hingga yang besar.
- f. *Facilitative organizations*: Organisasi pendukung yang terkenal di Indonesia adalah pasar pelelangan ikan. Sub-terminal agribisnis masih belum berhasil, tetapi menawarkan alternatif perdagangan berbagai produk melalui lelang.
- g. Trade associations: kelompok industri pertanian. Tujuan utamanya adalah untuk mengumpulkan, mengevaluasi dan mendistribusikan kepada anggota.

#### **D. PERAN FUNGSI PEMASARAN DALAM AGRIBISNIS**

Fungsi pemasaran adalah untuk proses fisik dan layanan untuk memastikan kepuasan konsumen dalam menjawab kebutuhan dan kebutuhan pembeli melalui pembentukan struktur, waktu, tempat, dan tanggung jawab yang membantu. Hal ini ditandai sebagai sekelompok latihan yang berguna yang dilakukan oleh organisasi periklanan. Latihan promosi yang praktis diharapkan dapat bekerja dengan cara yang paling umum untuk menyebarkan tenaga kerja dan produk untuk mengatasi masalah dan keinginan pembeli dengan sukses dan produktif. Terlebih lagi, menaklukkan batas waktu, jarak sebenarnya, dan ketiadaan informasi adalah signifikan. Banyak penilaian barang dan kepemilikan dapat membuat serta mengembangkan lebih lanjut pemanfaatan waktu, tempat, organisasi dan sumber daya.

(Ustriyana, 2017) Saat menawarkan barang dari peternak ke pembeli konklusif, penambahan nilai tambah seperti nilai guna, tempat dan waktu. Ini karena kami menyelesaikan berbagai latihan promosi sebelum barang

pedesaan sampai di pembeli. Seperti disebutkan di atas, kapasitas periklanan yang dilakukan oleh organisasi hortikultura mencakup kapasitas perdagangan, kapasitas aktual, dan kapasitas promosi.

- a. Fungsi Pertukaran. Dalam pemajuan agraria, kapasitas ini mencakup latihan-latihan yang berhubungan dengan pertukaran tanggung jawab atas barang. Pekerjaan perdagangan terdiri dari pekerjaan menjual dan pekerjaan pembelian. Untuk memenuhi kesepakatan kerja, pembuat perlu fokus pada kualitas, jumlah, struktur, dan waktu yang diinginkan oleh pembeli atau anggota pasar dalam rantai promosi berikut. Kapasitas perdagangan saham juga merupakan titik penentu harga pasar. Sesuai dengan atribut fiksasi penawaran dalam kerangka penawaran barang, kapasitas pembelian biasanya dimulai dengan latihan untuk melacak barang, mengumpulkan biaya dan mengatur.
- b. Fungsi Fisik. Fungsi fisik ini meliputi kegiatan penanganan (treatment), pengangkutan (transfer), penyimpanan dan perubahan fisik sebagai berikut. (a). Fitur Penyimpanan: Fungsi memori adalah aktivitas yang ditujukan untuk mengaktifkan produk dengan volume perdagangan yang cukup dengan waktu yang Anda inginkan. (b). Transportasi: Fitur transportasi terutama berlaku untuk penyediaan produk di tempat yang tepat. Komponen ini dapat berfungsi dengan baik dengan memilih mata kuliah pilihan dan jenis transportasi. Komponen ini menggabungkan latihan susun dan dumping. (c). Kapasitas Pemesinan: Kapasitas ini digambarkan dengan penyesuaian keberadaan item.
- c. Fungsi Penyimpanan: Dimensi waktu. Sebagian besar panen diketahui sesekali, sehingga aksesibilitasnya miring secara konsisten. Administrasi stok pembuatan tahunan harus dilakukan untuk menjamin bahwa barang-barang tertentu umumnya dapat diakses pada volume dan waktu pertukaran yang ideal.
- d. Fungsi Transportasi: Dimensi Ruang. Tujuan utama transportasi adalah untuk meningkatkan kesejahteraan dengan memindahkannya dari titik fokus penciptaan ke titik fokus pemanfaatan. Beberapa faktor yang mempengaruhi kapasitas transportasi adalah jarak dan musim perjalanan transportasi ke tempat pembuatan, wilayah pasar yang ditawarkan, kualitas dan ukuran barang yang dibundel, jenis barang dagangan yang dipamerkan, jenis administrasi transportasi yang digunakan. Selanjutnya,

semacam. Biaya transportasi bermain memiliki pengaruh yang signifikan dalam penawaran barang pertanian. Biaya transportasi yang paling kecil sejak awal menentukan manfaat relatif dari barang-barang agraria. Truk dapat menjadi metode yang paling murah untuk transportasi untuk jenis produk tertentu, sementara kereta api bisa menjadi metode yang paling murah untuk transportasi untuk barang dagangan yang berbeda. Misalnya, perbedaan jarak antara tempat pembuatan dan lokasi ritel (pasar) dapat menimbulkan berbagai biaya untuk barang serupa selama promosi. Perbedaan nilai adalah biaya pasar pendek biaya transportasi.

- e. Fungsi Fasilitas. Pada dasarnya, fungsi fasilitas dimaksudkan untuk memberdayakan perdagangan dan pekerjaan yang sebenarnya. Komponen ini berarti untuk lebih mengembangkan kerangka promosi dengan tujuan agar kemampuan fungsional dan biaya penjualan dapat dicapai. Kapasitas kantor mencakup normalisasi, dukungan, risiko eksekutif, data pasar, survei statistik, dan usia permintaan.



## BAB 3

# SUBSISTEM PENDUKUNG DALAM USAHATANI YANG BERBASIS BISNIS MENGGUNAKAN FUNGSI

### A. SUBSISTEM AGRIBISNIS

Agribisnis merupakan berhubungan dengan perlakuan terhadap barang-barang pedesaan dari perspektif yang luas, yang menggabungkan satu atau seluruh rantai penyajian, penanganan sumber info dan hasil kreasi (agroindustri), sumber info pertanian dan latihan pendukungnya. Yang dimaksud dengan “terkait” adalah latihan-latihan yang membantu latihan-latihan agraria dan latihan-latihan yang dijunjung oleh latihan-latihan pedesaan.

Secara konseptual, kerangka agribisnis dapat dicirikan sebagai pergerakan dari segala jenis, dari perolehan dan penataan kantor-kantor penciptaan (kontribusi) hingga pengiklanan barang-barang yang dihasilkan oleh budidaya dan agroindustri, yang saling terkait satu sama lain. Dengan cara ini, kerangka agribisnis adalah kerangka kerja yang terdiri dari subsistem yang berbeda, lebih spesifiknya:

- a. Subsistem agribisnis/agroindustri hulu. Ini termasuk produksi penciptaan hortikultura, termasuk, antara lain, benih, biji-bijian, pupuk kandang, obat untuk membunuh serangga dan penyakit, yayasan kredit, bahan bakar, instrumen, perangkat keras, dan peralatan penciptaan agraria. Pelaku usaha perolehan dan kantor penciptaan adalah orang-orang, perusahaan swasta, administrasi negara, koperasi. Betapa pentingnya subsistem ini memikirkan kebutuhan koordinasi berbagai komponen untuk mengakui pencapaian agribisnis. Perusahaan yang memberikan kantor penciptaan agraria juga disebut sebagai agroindustri hulu (upstream).
- b. Subsistem budidaya / usahatan. Usaha tani menghasilkan produk pertanian staples, item peternakan, produk alami, bunga dan tanaman mewah, hewan peliharaan, hewan dan ikan item. Pelaku latihan pada subsistem ini adalah pembuat yang terdiri dari peternak, perbanyak, pengusaha tambak, pengusaha tanaman hias dan lain-lain.

- c. Subsistem agribisnis/agroindustri hilir meliputi Pengolahan dan Pemasaran (tata niaga) produk pertanian dan olahannya. Dalam subsistem ini terdapat rangkaian kegiatan mulai dari pemilahan barang peternakan, penanganan, penimbunan dan sosialisasi. sebagian barang hasil budidaya langsung disebarluaskan kepada pembeli di dalam maupun luar negeri. yang lain melalui penanganan terlebih dahulu dan kemudian dibuat untuk pembeli. Penghibur dalam subsistem ini adalah pengumpul barang, pengolah, perantara, pedagang hingga pembeli, pengalengan dan lain-lain. Bisnis yang berinteraksi item peternakan disebut agroindustri hilir (downstream). Tugasnya sangat vital bila ditempatkan di daerah pedesaan karena cenderung menjadi pendorong utama perekonomian di daerah provinsi, dengan mempertahankan/menempatkan posisi dalam rangka membangun jaringan gaji dan bantuan pemerintah negara.
- d. Subsistem jasa layanan pendukung agribisnis (kelembagaan). Subsistem jasa layanan pendukung agribisnis (kelembagaan) atau supporting institution merupakan berbagai macam latihan yang kapasitas untuk membantu dan bertindak serta mendorong latihan sub-kerangka hulu, mengembangkan sub-kerangka, dan sub-kerangka hilir. Lembaga-lembaga yang terkait dalam kegiatan ini yaitu tenaga augmentasi, spesialis, uang, dan pemeriksaan. Kantor dan spesialis augmentasi memberikan administrasi data yang dibutuhkan oleh peternak dan prosedur penciptaan, pembangunan pedesaan, dan administrasi agraria. Untuk organisasi moneter, misalnya, perbankan, model petualangan, dan perlindungan yang menawarkan jenis bantuan moneter sebagai inklusi risiko kredit dan bisnis (perlindungan seolah-olah). Yayasan penelitian, baik yang dipimpin oleh pusat penelitian atau perguruan tinggi, memberikan administrasi data tentang inovasi penciptaan, pengembangan, atau metode dewan untuk hasil kerja yang inovatif. Berdasarkan pandangan bahwa agribisnis sebagai suatu sistem dapat terlihat dengan jelas bahwa subsistem-subsistem Ini tidak bisa dibiarkan begitu saja, tetapi saling terkait satu sama lain. Subsistem agribisnis hulu membutuhkan masukan dari subsistem budidaya untuk menciptakan kantor- kantor penciptaan yang sesuai dengan kebutuhan pembangunan agraria. Kemudian lagi, pelaksanaan kegiatan subsistem bisnis yang

dibuat oleh peternak di kantor-kantor penciptaan secara efektif dilengkapi dengan kerangka.

- e. agribisnis hilir.. Selanjutnya, proses produksi agribisnis hilir tergantung pada stok barang-barang penting yang dikirim oleh subsistem budidaya. Subsistem administrasi bantuan, seperti yang diungkapkan saat ini, sedang dalam kemajuan dari tiga subsistem lainnya. Jika subsistem budidaya atau agribisnis hilir jatuh datar, sementara sebagian modalnya adalah kredit, lembaga keuangan dan perlindungan juga akan mengalami kemalangan.

## **B. STRUKTUR KELEMBAGAAN AGRIBISNIS**

Sumber daya alam, manusia, kapital dan teknologi adalah syarat untuk mencapai pertumbuhan finansial, tetapi bukan syarat untuk memuaskan usaha kemajuan. Aksesibilitas peralatan adalah keadaan kecukupan, dengan alasan bahwa dengan perangkat institusional, aset dapat dibagikan dan diaktifkan secara ideal. Kelembagaan fisik dan non fisik di bidang agribisnis merupakan instrumen perbaikan yang menyatukan penghibur pada premis relatif untuk mencapai target baik pada skala lingkungan, lokal dan komoditas. Kebutuhan langsung terakhir menjadi fokus mengingat fakta bahwa hampir tidak ada agribisnis yang berkomitmen untuk memenuhi kebutuhan wilayah di mana ia ditemukan. Sebagian besar kegiatan agribisnis termasuk agroindustri didelegasikan di luar peternakan.

Dengan demikian, latihan agroindustri sebagai subkomponen industrialisasi pedesaan seharusnya memiliki pilihan untuk berperan sebagai kendaraan transportasi dari ekonomi pertanian ke ekonomi modern atau dari budaya agraris ke budaya modern. Realitas saat ini di atas memunculkan misi atau kegiatan apa yang harus dimainkan oleh yayasan formal dan penyelidikan yang tidak biasa, baik yang bersifat regulasi maupun positif di daerah provinsi untuk mendukung atau jika tidak, membangun lingkungan yang kondusif untuk mendorong pelaksanaan agribisnis.

Ada kecenderungan anggapan bahwa Industrialisasi lewat kegiatan agribisnis sering dianggap sekedar sebagai perwujudan "jalur kesempatan berusaha dan lapangan kerja" desa-kota ketimbang sebagai instrumen pertumbuhan. Oleh karena itu, fondasi agroindustri di daerah pedesaan dalam banyak kasus dibatasi dan hanya ditemukan sebagai bisnis kecil dan

rumahan, bukan sebagai fitur dari peristiwa keuangan saat ini. Di sini kami akan mengaudit secara individual sehubungan dengan organisasi saat ini di agribisnis.

### **C. LEMBAGA-LEMBAGA PENDUKUNG AGRIBISNIS**

- a. Pemerintah: Organisasi pemerintah dari tingkat focal hingga tingkat lokal, memiliki kekuatan dan pedoman untuk membangun iklim agribisnis yang serius dan adil.
- b. Lembaga pembiayaan: Lembaga moneter memegang peranan penting dalam memberikan modal usaha dan modal kerja, mulai dari daerah hulu hingga hilir. Pengorganisasian yayasan ini akan segera dilakukan, terutama dalam membuka akses seluas-luasnya bagi para pelaku agribisnis kecil dan menengah yang tidak memiliki sumber daya yang memadai untuk digunakan memperoleh pendanaan usaha.
- c. Lembaga pemasaran dan distribusi: Tugas ini adalah akhir dari kemajuan peningkatan agribisnis, karena kapasitasnya sebagai fasilitator yang menghubungkan unit pembeli (klien pembeli yang membutuhkan barang) dan unit surplus (pembuat yang memproduksi barang).
- d. Koperasi: Tugas yayasan ini harus dilihat dari kapasitasnya sebagai pedagang besar sumber dan barang data agraria. Bagaimanapun, perkembangan KUD di Indonesia terhambat karena KUD dibentuk secara khusus untuk memenuhi keinginan penguasa, modal terbatas, KUD para pengurus dan pekerja tidak cakap.
- e. Lembaga pendidikan formal dan informal: Indonesia tertinggal di belakang dibandingkan dengan negara lain, misalnya Malaysia, yayasan ini mengambil bagian yang sangat besar dalam peningkatan agribisnis, melihat Malaysia sebagai penguasa produk kelapa sawit. Demikian pula Kasetsart College di Thailand telah berhasil menciptakan tenaga kerja yang terlatih di bidang agribisnis, hal ini dibuktikan dengan pesatnya kemajuan pangan yang ditanam dari agribisnis tanah. Dengan demikian, nantinya otoritas publik akan berperan sebagai fasilitator, bukan sebagai pengontrol dan penentu sistem sekolah. Selanjutnya diyakini bahwa organisasi pendidikan yang maju akan benar-benar mau mengkoordinir diri dan memiliki

cakupan gerak yang luas tanpa dibatasi oleh pedoman fundamental yang berbelit-belit.

- f. Lembaga penyuluhan: Kemajuan Indonesia dalam kemandirian beras yang cukup lama (1983-1992) merupakan konsekuensi dari kerja keras organisasi ini yang andal menyajikan program waktu yang berbeda, seperti Bimas, Inmas, Insus, dan Supra Insus . Pekerjaan organisasi ini akhir-akhir ini telah menurun, jadi penting untuk mengubah dan mengaktifkannya kembali dengan gambaran terbaik. Tugasnya saat ini bukan sebagai spesialis ekspansi yang tak terbantahkan, melainkan fasilitator dan ahli hortikultura petani kecil.
- g. Lembaga Riset Agribisnis: Organisasi ini jauh tertinggal jika dibandingkan dengan berbagai negara yang pertama kali didirikan di Indonesia. Semua lembaga pengujian yang terkait dengan agribisnis harus diaktifkan dan diarahkan untuk menciptakan produk yang dominan dan sangat agresif. Misalnya, Meksiko dapat memberikan alpukat yang warna jaringannya kuning kehijauan, kulit produk alaminya bersih dan halus, dan kondisi produk alaminya sangat besar dengan sedikit biji.
- h. Lembaga penjamin dan penanggungungan resiko: pertaruhan dalam agribisnis sangat besar, tetapi hampir semuanya dapat dipenuhi dengan inovasi dan administrasi yang bijaksana. Instrumen pos dalam perdagangan produk juga harus dibuat untuk memberikan metode untuk memastikan berbagai bahaya dalam agribisnis dan bisnis penangan

#### **D. FUNGSI SUBSISTEM AGRIBISNIS DALAM SISTEM AGRIBISNIS**

Setiap penghibur dalam organisasi agribisnis pada umumnya mengasingkan diri ke dalam kapasitas dan pekerjaan atau bagian, namun bersinergi untuk memberikan barang-barang berkualitas sesuai kebutuhan pasar. Rekonsiliasi vertikal antara organisasi agribisnis dengan berbagai pemilik sering kali muncul sebagai "asosiasi bisnis" atau sebaliknya jika kepemilikannya serupa, disebut "organisasi berbadan hukum".

Subsistem organisasi agribisnis hulu mampu menciptakan dan menyediakan kantor-kantor kreasi terbaik untuk dapat menyediakan produk

budidaya yang berkualitas. Dalam hubungan asosiasi pusat plasma, organisasi agribisnis hulu dapat berkoordinasi, antara lain: menawarkan jenis bantuan budidaya yang berkualitas, memberikan arahan penciptaan, memberikan arahan administrasi dan hubungan kerangka agribisnis, bekerja dengan pembelajaran atau mempersiapkan proses untuk peternak, menggeser dan memasukkan data agribisnis pragmatis untuk peternak, membina partisipasi bisnis (perkumpulan) untuk memiliki pilihan untuk memberikan keuntungan pada pertemuan tersebut.

Subsistem organisasi pembudidaya sebagai pembuat berusaha menyelesaikan latihan kreasi khusus dengan tujuan agar barang dapat direpresentasikan baik dalam kualitas maupun jumlah. Siap melakukan agribisnis yang hebat para eksekutif sehingga interaksi penciptaan menjadi mahir sehingga dapat bersaing di lookout. Oleh karena itu, peternak sebagian besar membutuhkan arahan dan data agribisnis, inovasi dan berbagai perkembangan dalam siklus penciptaan, arahan atau bantuan khusus agar peternak dapat melakukan interaksi penciptaan secara efektif dan dengan nilai tambah yang lebih tinggi.

Dalam hubungan asosiasi, inti plasma berjalan sebagai plasma. Subsistem organisasi agribisnis hilir kapasitas untuk menyelesaikan penanganan lebih lanjut (baik tingkat esensial, opsional dan tersier) untuk mengurangi kerugian harga atau lebih mengembangkan kualitas barang untuk mengatasi masalah dan selera pelanggan, serta mempercepat iklan hasil melalui penyusunan kerangka promosi yang layak. Dalam hubungan asosiasi pusat plasma, organisasi agribisnis hilir seringkali berfungsi sebagai inti yang berkewajiban memberdayakan kemajuan budidaya.

Subsistem bantuan pendukung (pengarahan, penelitian, data agribisnis, pedoman, kredit modal, transportasi, dan sebagainya) secara efektif atau laten mencoba menawarkan jenis bantuan untuk kebutuhan pelaku kerangka agribisnis untuk bekerja dengan latihan organisasi dan kerangka agribisnis. Setiap bagian dari administrasi pendukung memiliki kualitas yang berbeda-beda, namun dengan tujuan agar mereka dapat secara efektif mengurangi beban dan bekerja pada kegiatan kerangka agribisnis.



## BAB 4

# KELEMBAGAAN DALAM AGRIBISNIS

### A. ARTI KELEMBAGAAN DALAM AGRIBISNIS

Yayasan memiliki makna yang sangat luas. Kelembagaan dapat dicirikan sebagai pedoman permainan yang dianut oleh perkumpulan dalam mengelola pertukaran dengan perkumpulan yang berbeda (Hayami dan Ruttan, 1984; Binswanger dan Ruttan, 1978). Ilustrasi landasan yang diingat untuk definisi ini adalah pengaturan angsuran upah buruh dengan diskon, bawon, penyamaran, atau suap dalam bursa kerja agraria. Kelembagaan juga dapat diartikan sebagai suatu pendirian, perkumpulan, atau organisasi perkumpulan yang dibentuk dengan alasan tertentu (Pakpahan, 1989; Fowler, 1992; Uphoff, 1992). Berkaitan dengan agribisnis, arti penting dari yayasan yang dikenang untuk klasifikasi ini adalah misalnya perusahaan augmentasi dan asosiasi tandan peternak yang perkembangannya diharapkan dapat mempercepat cara paling umum untuk memindahkan inovasi hortikultura kepada peternak.

Yayasan adalah pengaturan standar untuk mencapai suatu tujuan atau gerakan yang dianggap penting oleh masyarakat, atau, secara resmi dapat dikatakan sebagai sekumpulan kecenderungan dan perilaku yang berputar di sekitar tindakan manusia yang mendasar. Organisasi diatur (dibuat) siklus untuk menyelesaikan latihan tertentu. Berdasarkan sudut pandang yang berbeda, seperti kemampuan asetnya, arah pendekatan perbaikan publik, kemampuan sektor bisnis lokal dan global untuk item agribisnis, dan panduan persaingan dunia, Indonesia memiliki kemungkinan untuk mengembangkan kerangka agribisnis. Prospek ini benar-benar dan dapat dibuktikan didukung oleh hal-hal berikut:

Petama, perbaikan kerangka agribisnis di Indonesia telah berubah menjadi pilihan politik. Perorangan melalui MPR telah memberikan bantalan bagi kemajuan moneter sebagaimana tertuang dalam GBHN 1999-2004, yang di samping hal-hal lain memerintahkan peningkatan kemaslahatan Indonesia sebagai negara agraris dan laut. Amanat GBHN sebenarnya adalah kemajuan kerangka agribisnis.

Kedua, pemajuan kerangka agribisnis juga sesuai dengan tatanan yang dilindungi, khususnya No. 22 Tahun 1999, UU No. 25 Tahun 1999 dan PP 25

Tahun 2000 tentang Pelaksanaan Otonomi Daerah. Dari segi finansial, inti dari Otonomi Daerah adalah untuk mempercepat kemajuan moneter provinsi dengan menggunakan aset-aset yang ada di setiap daerah, yang sebenarnya merupakan aset di bidang agribisnis. Demikian pula saat ini hampir semua bidang desain keuangan (penataan PDRB, pekerjaan, potensi usaha membuka pintu, mengirimkan) sebagian besar (sekitar 80%) disumbangkan oleh agribisnis. Dengan demikian, perbaikan kerangka agribisnis tidak terlepas dari perputaran keuangan provinsi.

Ketiga, Indonesia menikmati keuntungan relatif dalam agribisnis. Kami memiliki keanekaragaman hayati tanah dan air terbesar di planet ini, umumnya tanah yang luas dan subur, dan lingkungan agro yang tertata dengan baik untuk agribisnis. Dari limpahan aset yang kita miliki, praktis tak ada habisnya barang-barang agribisnis yang bisa didatangkan dari bumi Indonesia. Demikian pula, Indonesia saat ini memiliki SDM (SDM) agribisnis, modal sosial yang kuat (perusahaan peternak, wawasan lokal, kemajuan pribumi) dan kerangka agribisnis yang cukup lengkap untuk membangun kerangka agribisnis. Keempat, pengembangan kerangka agribisnis berdasarkan aset yang ditanam di dalam negeri (berbasis aset dalam negeri, konten lingkungan yang tinggi) tidak memerlukan impor dan pendanaan luar yang besar (kewajiban asing). Hal ini sesuai dengan tuntutan perbaikan ke depan yang mengharuskan dilakukan perluasan kewajiban asing karena kewajiban asing Indonesia saat ini sudah terlalu besar.

Kelima, terlepas dari persaingan keuangan di seluruh dunia, Indonesia tidak akan mampu bersaing dengan barang-barang yang telah dibatasi oleh negara-negara berkembang. Indonesia tidak dapat bersaing dalam bisnis otomotif, perangkat keras, dan sebagainya dengan negara-negara maju seperti Jepang, Korea Selatan, Jerman atau Prancis. Dengan cara ini, Indonesia harus memilih barang-barang yang memungkinkan Indonesia menikmati manfaat yang serius di mana negara-negara berkembang menikmati lebih sedikit manfaat dari barang-barang yang bersangkutan. Barang-barang yang mungkin mendapat keuntungan besar di Indonesia adalah barang-barang agribisnis, seperti barang-barang elastis, barang-barang turunan CPO (pembersih, pembersih, minyak sawit, dan lain-lain). Biarkan Jepang membuat kendaraan, namun Indonesia memproduksi ban, bahan bakar (solar sawit), minyak sawit-grease.

Kegiatan usaha agraris yang dilakukan oleh para peternak tidak dapat dipisahkan dari pekerjaan perusahaan-perusahaan agribisnis di daerah pedesaan. Organisasi agribisnis di wilayah provinsi dapat mencakup perusahaan untuk kantor produksi hortikultura, yayasan pekerjaan peternakan, perusahaan peralatan dan peralatan pedesaan, perusahaan periklanan produk agraria, yayasan modal, organisasi kelompok peternak dan administrasi pengembangan. Yayasan agribisnis ini akan berdampak pada latihan bisnis pedesaan yang dibantu oleh peternak melalui berbagai sistem. Metode kelembagaan untuk penciptaan akan mempengaruhi pilihan peternak untuk membawa organisasi produk pedesaan tertentu melalui efeknya pada keterusterangan yang dengannya peternak bisa mendapatkan kantor produksi yang diharapkan. Kehadiran organisasi modal akan mempengaruhi peternak untuk mengembangkan produk hortikultura tertentu melalui efeknya pada kemudahan peternak untuk memperoleh uang muka modal peternakan. Sementara itu, organisasi augmentasi dan pertemuan peternak akan mempengaruhi metode yang terlibat dalam merangkul inovasi budidaya oleh peternak.

Aksesibilitas semua bagian perusahaan agribisnis bersifat dinamis karena usaha yang dilakukan oleh otoritas publik, bisnis milik pribadi dan peternak, khususnya peternak kaya. Demikian pula, cara berperilaku setiap usaha agribisnis akan berfluktuasi yang ditunjukkan oleh jenis kota dan dinamis karena unsur-unsur keadaan pasar barang pertanian dan pasar informasi agraria. Misalnya, untuk barang-barang sayuran yang memiliki risiko biaya yang cukup tinggi, biaya pembiayaan atas kredit modal yang diberikan oleh yayasan modal kepada peternak umumnya akan tinggi dibandingkan dengan barang-barang beras yang memiliki risiko biaya yang agak rendah. Demikian pula, organisasi pengerjaan di pasar kerja untuk buruh peternakan sebagian besar lebih dibuat di daerah pedesaan dengan kekurangan pekerjaan yang umumnya tinggi, bertentangan dengan norma, kerangka upah harian lebih berkembang di daerah pedesaan dengan kekurangan pekerjaan yang agak rendah. . Pengaruh strategi hortikultura dan elemen pasar terhadap organisasi agraria yang dibantu oleh peternak pada dasarnya terjadi melalui cara berperilaku perusahaan agribisnis yang dirujuk sebelumnya. Perilaku kelembagaan agribisnis yang tidak kondusif dapat melawan berbagai pendekatan pemerintah yang ditujukan untuk menggarap bantuan pemerintah

terhadap peternak. Pengaturan harga beras yang ditetapkan untuk menjaga harga beras yang diperoleh peternak tidak akan berjalan baik jika strategi nilai tidak diberikan kepada peternak oleh pedagang beras. Demikian pula, strategi menciptakan pengembangan mekanis yang ditentukan untuk membangun efisiensi dan produktivitas organisasi hortikultura yang dilakukan oleh peternak tidak akan efektif jika kemajuan mekanis tidak diberikan kepada peternak juga kantor dan perkumpulan peternak. Strategi di bidang permodalan juga tidak akan berhasil jika pengaturan tersebut tidak diteruskan oleh organisasi permodalan di daerah pedesaan kepada para petani.

Menurut Uphoff (1986) kelembagaan lokal bekerja pada tiga ruang kelembagaan. Pada awalnya, instansi-instansi terdekat yang bekerja di area publik, pada tingkat ini ada dua macam organisasi, yaitu organisasi lingkungan dan pemerintahan terdekat. Tugas pokok dari organisasi terdekat adalah mendidik para peternak dan menunjukkan pemanfaatan inovasi-inovasi terbaru untuk mengembangkan kreasi agraria. Penghibur di organisasi lingkungan ini adalah ahli. Sementara itu, pemerintah daerah setempat ikut berperan dalam menggarap kemajuan barang-barang agraria agar barang-barang tersebut lebih luas, tidak hanya di dalam negeri dan luar negeri. Kedua, instansi-instansi terdekat yang bekerja di wilayah kerja, ada 2 macam yayasan, yaitu yayasan otoritatif dan koperasi. Tugas dari perkumpulan semacam ini hanyalah melakukan pekerjaan mediator, khususnya penyeberangan kebutuhan individu-individunya sehingga mereka memiliki akomodasi untuk mendapatkan dua tenaga kerja dan produk di bidang agraria. Koperasi merupakan salah satu unit kreasi hortikultura yang diujarkannya dengan usaha rumahan, badan usaha milik swasta atau organisasi negara. Ketiga, perusahaan yang bekerja di wilayah pribadi dipisahkan menjadi asosiasi administrasi dan bisnis milik pribadi.

## **B. KELEMBAGAAN SARANA PRODUKSI**

Pendirian kantor kreasi adalah organisasi keuangan yang ikut serta dalam pembuatan, penyediaan, dan pembubaran kantor kreasi, misalnya BUMN, Koperasi Unit Desa (KUD) dan organisasi bursa swasta. Yayasan-yayasan ini sebagian besar melakukan usaha dalam penciptaan, pertukaran/iklan kreasi nasihat seperti kompos, pestisida, dan menabur benih/benih yang dibutuhkan oleh peternak.

Dengan pergantian peristiwa dan kemajuan situasi pertanian di Indonesia, perpaduan yang tepat dari pemanfaatan kantor penciptaan pedesaan, khususnya kompos dan pestisida sangat penting untuk diperhatikan, sehingga minat untuk saprotan (Saprotan) yang terus berkembang dapat menjadi perhatian. memenuhi enam standar. spesifik, jumlah/porsi yang tepat, jenis yang tepat, nilai yang tepat, mutu/mutu yang tepat, peluang aplikasi yang ideal, dan lokasi yang ideal (pupuk tersedia di stand saprotan).

Kompos, pestisida, dan sarana produksi lainnya, misalnya, alat pertanian sebagian besar diberikan oleh pengecer, biasanya sebagai koperasi atau organisasi perdagangan. Warung/booth saprotan adalah salah satu dari sekian banyak organisasi pertukaran di sekitar peternak yang memberikan barang-barang pedesaan yang dibutuhkan oleh peternak. Selanjutnya, stand saprotan menjadi wadah vital bagi peternak dalam memberikan saprotan. Namun demikian, pada kenyataannya, kemampuan organisasi ini sering terganggu karena faktor khusus dan moneter sehingga tidak terpenuhinya enam standar T, yaitu jumlah/porsi yang tepat, jenis yang tepat, biaya yang tepat, kualitas/kualitas yang tepat, dan tepat waktu. , terutama tepat waktu dan dalam jumlah yang tepat dengan jumlah yang sempurna. diantisipasi.

Subsistem penataan kantor penciptaan meliputi latihan akuisisi dan diseminasi. Gerakan ini menggabungkan penataan, pelaksana kantor kreasi, inovasi dan aset dengan tujuan agar penataan kantor kreasi atau input wisma memenuhi aturan tepat waktu, tepat jumlah, tepat jenis, tepat kualitas dan tepat barang. Sementara itu, persediaan alat dan bahan pertanian diperoleh dari koperasi kota dan toko-toko pedesaan sebagai pengikis, arit, kompos, benih, dan bibit serta perangkat pendukung lainnya. Metode kelembagaan untuk penciptaan dapat dikenali, antara lain:

1. Produsen Saprodi. Terdapat kantor-kantor instansi yang berperan sebagai pembuat atau organisasi yang berpartisipasi dalam bisnis kompos seperti PT Pusri, PT Pupuk Kujang, PT Petrokimia Gresik, PT Pupuk Kaltim, PT Pupuk Iskandar Muda dan PT ASEAN Aceh Fertilizer. Pembuat pupuk kandang menghasilkan kompos Urea, SP-36, dan ZA. Selain pembuat pupuk kandang, ada juga organisasi yang memproduksi pestisida (sebagai formulator) dan pembuat kompos pilihan seperti Pupuk Pelengkap Cair (PPC), Zat Pengatur Tumbuh (ZPT, dll. Terlebih lagi, ada juga yayasan yang berpartisipasi dalam pembuatan benih, baik negara -usaha yang

- diklaim, misalnya, PT Sang Hyang Seri dan PT Pertani, serta organisasi pengiriman benih swasta, misalnya, PT BISI, PT Cargil, PT Pioneer, dll.
2. Saprodi pedagang/grosir. Banyak lembaga keuangan yang ikut serta dalam pembubaran/penyerahan kantor-kantor penciptaan, baik badan usaha milik negara maupun milik swasta dan koperasi/KUD. Yayasan-yayasan ini tersebar di bidang panen pangan dan fokus penciptaan pertanian di kabupaten-kabupaten. Di tingkat pedesaan, pondasi ini cukup besar seperti berdirinya kantor-kantor penciptaan dan tempat-tempat bantuan tenaga (TPK) yang berfungsi sebagai pengecer kantor-kantor penciptaan langsung ke peternak sebagai pelanggan.
  3. Afiliasi. Untuk memfasilitasi latihan baik di bidang penciptaan maupun penyebaran kantor-kantor penciptaan, biasanya beberapa perusahaan membentuk afiliasi. Di bidang kreasi ada Asosiasi Produsen Pupuk Indonesia (APPI) yang mengikutsertakan pembuat kompos untuk organisasi BUMN, sedangkan di bidang komoditas/impor ada Asosiasi Pedagang Pupuk Indonesia (ANPI) yang merupakan wadah diskusi bagi eksportir/pengirim pupuk.

### **C. KELEMBAGAAN PEMASARAN HASIL**

Kelembagaan pemasaran adalah suatu badan usaha atau orang yang melakukan pemasaran, pengiriman barang dan jasa dari pembuat kepada konsumen akhir, dan mempunyai hubungan dengan unsur usaha atau orang lain. Landasan pamer muncul mengingat keinginan pembeli untuk memperoleh barang yang ditunjukkan oleh waktu (time utility), tempat (place utility), dan struktur (structure utility). Organisasi periklanan dipercayakan untuk menyelesaikan kapasitas promosi dan memuaskan keinginan pembeli sebanyak yang dapat diharapkan secara wajar. Hadiah yang didapat perusahaan periklanan dari melakukan kemampuan pemasaran adalah keunggulan promosi (yang terdiri dari biaya promosi dan keuntungan). Bagian dari kompensasi untuk mempromosikan organisasi adalah manfaat yang didapat dari menampilkan latihan.



## BAB 5

# STRATEGI PENGEMBANGAN AGRIBISNIS

### A. STRATEGI DALAM PENGEMBANGAN AGRIBISNIS

Agribisnis merupakan bisnis yang berbasiskan pertanian. Pelaku agribisnis selain usahanya berbasiskan pertanian, motivasinya mencari keuntungan melalui kegiatan transaksi (Rahim & Hastuti, 2005). Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 18 tahun 2004, “agribisnis perkebunan adalah suatu pendekatan usaha yang bersifat kesisteman mulai dari subsistem produksi, subsistem pengolahan, subsistem pemasaran dan subsistem jasa lainnya”.

Dapat disimpulkan bahwa agribisnis perkebunan adalah suatu sistem terpadu dari kegiatan perkebunan yang meliputi produksi, pengolahan, pemasaran dan jasa lainnya sebagai bentuk modern dari pertanian yang dimulai dari hulu (upstream agribusiness), usaha pertanian (on-farm agribusiness), agribisnis hilir (downstream agribusiness) dan jasa layanan pendukung. Definisi Strategi, Manajemen Strategis dan Strategi Bisnis

Strategi, manajemen strategis dan strategi bisnis adalah suatu hal sangat penting bagi suatu perusahaan. Ketiga hal ini sangat berkaitan erat antara satu dengan lainnya, terutama sekali dalam mewujudkan sasaran atau tujuan perusahaan agar lebih efektif dan efisien. Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan. Strategi bisnis mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengetatan, divestasi, likuidasi, dan usaha patungan atau joint venture. Strategi adalah aksi potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dalam jumlah besar (David, 2017). Jadi strategi adalah sebuah tindakan, kegiatan dan proses perencanaan yang dilakukan terus menerus untuk mencapai sasaran dan tujuan jangka panjang serta keunggulan daya saing yang telah ditetapkan dengan berorientasi pada masa depan, Sedangkan manajemen strategis adalah sekelompok keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja jangka panjang organisasi. Robbins (2007, p.218) menyatakan bahwa manajemen strategis adalah sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang memungkinkan suatu organisasi

mecapai tujuannya. Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa manajemen strategis adalah kumpulan keputusan dan tindakan manajerial yang dibuat manajemen puncak demi tercapai tujuan organisasi dengan memperhatikan aspek eksternal dan aspek internal yang mencakup pemindaian, perumusan, implementasi dan evaluasi rencana strategi.

Pada strategi bisnis Hunger & Wheelen (1996) berpendapat pada peningkatan posisi bersaing produk dan jasa perusahaan dalam industri atau segmen pasar tertentu yang dilayani perusahaan. Dari beberapa definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pengertian strategi bisnis adalah serangkaian tindakan yang terintegrasi dan terkoordinasi yang dijadikan landasan berpikir utama dalam pembuatan strategi untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dari suatu perusahaan.

Pembangunan sub sektor tanaman pangan adalah meningkatkan produktivitas, kualitas dan keragaman produksi tanaman pangan serta meningkatkan pendapatan petani. Pembangunan sub sektor tanaman pangan ke depan dihadapkan pada tantangan yang cukup kompleks, diantaranya kebutuhan pangan yang terus meningkat sebagai akibat dari peningkatan jumlah penduduk, alih fungsi lahan produktif ke non produktif, tuntutan konsumen terhadap kualitas produk, persaingan pasar yang semakin ketat, serta perubahan lingkungan strategis lainnya yang akan berpengaruh terhadap pembangunan tanaman pangan.

Dalam rangka terjaminnya ketersediaan pangan dalam jumlah dan mutu yang dibutuhkan serta tingkat harga yang terjangkau dengan memperhatikan pendapatan petani, dikembangkan sistem ketahanan pangan yang berbasis pada keragaman sumber daya kelembagaan dan budaya lokal. Untuk memperkuat ketahanan pangan dan pendapatan petani, diupayakan pengelolaan usaha tani berwawasan agribisnis yang berdaya saing, berkerakyatan dan dilakukan secara berkesinambungan, salah satunya penggunaan benih bersertifikat.

Penggunaan benih bersertifikat merupakan langkah awal yang sangat menentukan terhadap input berikutnya yang diharapkan pada proses produksi. Penggunaan benih bersertifikat pada saat ini untuk komoditi padi masih rendah dan belum mampu menyediakan benih sesuai dengan kriteria enam tepat yaitu tepat mutu, tepat varietas, tepat jumlah, tepat tempat, tepat waktu dan tepat harga. Guna mewujudkan hasil yang lebih optimal, maka diperlukan

penanganan secara terpadu dan berkesinambungan mulai dari hulu hingga hilir, yaitu dari penciptaan varietas, produksi, penyaluran, sosialisasi benih sumber dan benih sebar serta pengawasan mutu dibidang produksi dan peredaran benih

## **B. TINGKATAN STRATEGI DAN TIPE-TIPE STRATEGI**

Ada beberapa tingkatan dalam strategi untuk perusahaan besar, ada tiga tingkatan strategi manajemen yang berkembang sesuai dengan perkembangan usaha perusahaan” yaitu :

- a. Strategi Korporasi (Corporate strategy). Merupakan strategi yang mencerminkan seluruh arah perusahaan, dengan tujuan menciptakan pertumbuhan bagi perusahaan secara keseluruhan dan manajemen berbagai macam bisnis lini produk.
- b. Strategi Bisnis (Business Strategy). Merupakan strategi yang terjadi pada tingkat produk atau unit bisnis dan merupakan strategi yang menekankan pada perbankan posisi bersaing produk atau jasa pada spesifik industri atau segmen pasar tertentu. Ada tiga macam strategi yang dapat digunakan pada strategi tingkat bisnis ini, yaitu “Strategi Keunggulan Biaya, Strategi Diferensiasi dan Strategi Fokus”.
- c. Strategi Fungsional (Functional Strategy). Merupakan strategi yang terjadi di level fungsional seperti, operasional, pemasaran, keuangan, sumber daya manusia. Riset dan pengembangan dimana strategi ini akan meningkatkan area fungsional perusahaan sehingga mendapat keunggulan bersaing.



## BAB 6

# LEMBAGA KEUANGAN, BANK, DAN NON BANK DALAM AGRIBISNIS

### A. LEMBAGA KEUANGAN

#### 1. Definisi Lembaga Keuangan

Lembaga keuangan adalah perusahaan yang bergerak dalam industri keuangan untuk melayani konsumen atau masyarakat umum dengan layanan kebutuhan manusia yang esensial. Menurut pernyataan sebelumnya, lembaga keuangan melayani empat tujuan:

- a. Memfasilitasi pertukaran barang dengan menggunakan uang dan instrumen kredit (barang dan jasa). "Peran transmisi" dari lembaga keuangan didefinisikan sebagai entitas yang mendukung perdagangan berbagai item. Uang berfungsi sebagai alat tukar atau alat untuk memungkinkan transaksi pada tingkat ekonomi ini. Alat pembayaran kredit (credit instrument) seperti kartu kredit, cek, dan sebagainya digunakan untuk mempermudah pertukaran. Memberikan analisis dan informasi ekonomi, seperti: a) Lembaga keuangan memenuhi tanggung jawabnya sebagai ahli di bidang ekonomi dan analisis kredit untuk kepentingan diri sendiri dan pihak lain (nasabah).
- b. Kredit bergeser dari rumah ke sektor bisnis. Dengan kata lain, lembaga keuangan mengumpulkan uang dari orang-orang yang memiliki kelebihan uang tunai dan mendistribusikannya kepada orang-orang yang membutuhkan. "Peran perantara" lembaga keuangan sebagai perantara antara rumah tangga dan sektor korporasi disebut demikian.
- c. Kemampuan untuk memberikan informasi dan kegiatan yang penting dan berguna kepada klien. Untuk mengurangi jumlah kredit bermasalah, lembaga keuangan dapat menggunakan analisis dan ekonomi untuk memastikan keamanan uang tunai yang dikirimkan kepada konsumen peminjam. Lembaga keuangan, Dalam rangka memberikan kredit untuk kegiatan

investasi, lembaga keuangan akan melakukan analisis dan informasi ekonomi mikro dan makro (dalam analisis ekonomi mikro dan keuangan, lembaga keuangan akan memberikan kredit untuk pinjaman, memungkinkan pelanggan untuk meminjamkan dana yang diperoleh dari lembaga (self-liguiditing).). Lembaga keuangan akan melakukan penelitian ekonomi nasional untuk mengumpulkan data ekonomi makro penting untuk analisis dan komunikasi ekonomi makro. Lembaga keuangan dapat memberikan jaminan hukum dan moral atas keamanan dan masyarakat yang dipercayakan kepadanya.

- d. Likuiditas diciptakan dan disampaikan. Ini karena agen dapat memastikan bahwa klien akan menerima dana mereka tepat waktu atau pada saat jatuh tempo. Pembelian surat berharga di pasar terbuka (open market operation); modifikasi tingkat diskonto dan tingkat bunga yang harus dibayar oleh bank umum, serta modifikasi pada tingkat cadangan minimum yang harus dipertahankan oleh bank umum.

## **2. Fungsi Lembaga Keuangan**

Lembaga keuangan adalah perusahaan yang menyediakan layanan keuangan kepada klien mereka dan sering diatur oleh undang-undang keuangan pemerintah. Bank, lembaga pembangunan, koperasi simpan pinjam, pialang saham, manajemen aset, modal ventura, koperasi, asuransi, dana pensiun, pegadaian, dan perusahaan sejenis lainnya termasuk di antara lembaga keuangan ini. Dua jenis utama lembaga keuangan adalah lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non-bank (asuransi, pegadaian, perusahaan sekuritas, lembaga keuangan, dll.).

Lembaga keuangan ini bertindak sebagai penghubung antara pemilik modal dan pasar uang, yang bertanggung jawab untuk mendapatkan uang tunai perusahaan dari investor yang membutuhkan. Lembaga keuangan ini meningkatkan aliran uang dari investor swasta ke lembaga keuangan, yang kemudian menyalurkan uang kepada mereka yang membutuhkan melalui

pinjaman. Tujuan utama dari penyimpanan adalah untuk menghasilkan pendapatan.

## **B. LEMBAGA KEUANGAN BANK**

### **1. Definisi dan Sejarah Perkembangan bank**

Tujuan utama dari penyimpanan adalah untuk menghasilkan pendapatan. Bank bertindak sebagai perantara antara rumah tangga dan sektor industri, menyerap dana dari konsumen sebagai tabungan dan menyalurkannya ke sektor industri sebagai pinjaman investasi. Uang sebenarnya dapat diserap dan didistribusikan di dalam dan untuk sektor keluarga dan industri. Bank didefinisikan sebagai lembaga komersial yang menerima danah dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan dalam bentuk lain untuk memenuhi kebutuhannya, menurut Undang- Undang Perbankan No.10 Tahun 1998. Bank, sebagaimana didefinisikan diatas, adalah hukum yang beroperasi di bisnis keuangan, menyiratkan bahwa kegiatan perbankan selalu diawasi. Tujuan utama bank adalah menyediakan layanan pengelolaan uang dan perluasan kredit. Sejak didirikan, bank tersebut telah berkembang dan terus memberikan layanan keuangan hingga saat ini. Bisnis yang telah mendapatkan lisensi perbankan sekarang dianggap bang. Lisensi bank diberikan oleh organisasi pengatur keuangan dan mengizinkan Anda untuk melakukan operasi perbankan dasar termasuk menyetero uang dan mengeluarkan kredit.

Bank memiliki peran kunci dalam perekonomian, khususnya didalam pola pengeluaran keuangan. Bank adalah lembaga keuangan yang menerima uang, mendistribusikannya sebagai kredit kepada publik, dan menawarkan layanan pembayaran silang dan peredaran uang. Bank didefinisikan sebagai suatu usaha berdasarkan Undang- Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998. Bank adalah suatu usaha yang menghimpun uang dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan mengembalikannya kepada mereka dalam bentuk kredit dan mungkin dalam bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat. Banyak individu yang ada.

## 2. Fungsi dan Peran Perbankan

Bank menurut Anonymous (2009) adalah suatu lembaga perusahaan yang berusaha memenuhi permintaan kredit dengan menggunakan modal sendiri, uang yang dipinjam dari pihak ketiga, atau alat tukar yang beredar seperti giro. Akibatnya, bank berfungsi sebagai perantara keuangan, memfasilitasi transaksi antara kreditur dan peminjam. Bank, menurut Anonymous (2008), memiliki tiga keterampilan berbeda yang membedakan mereka dari organisasi keuangan lainnya.

- a. Pertama, bank berperan penting dalam memobilisasi dana masyarakat sebagai lembaga intermediasi keuangan, sehingga berbagai proses keuangan dan komersial dapat dilakukan dengan lebih cepat, aman, dan efisien.
- b. Kedua, bank berperan penting dalam memobilisasi dana masyarakat sebagai lembaga intermediasi keuangan, sehingga berbagai proses keuangan dan komersial dapat dilakukan dengan lebih cepat, aman, dan efisien. Menurut hukum Indonesia, ada dua jenis bank: bank umum dan bank perkreditan rakyat (BPR). Perbedaan mendasar antara bank umum dan BPR adalah kegiatan operasionalnya. Jaringan dan operasional BPR terbatas, dan mereka tidak dapat menerima giro. Selanjutnya, di bawah sistem perbankan ganda yang berlaku, bank umum dapat terlibat dalam kegiatan perbankan reguler dan syariah. Sementara itu, kegiatan BPR terbatas pada perbankan tradisional dan syariah.
- c. Ketiga, bank berfungsi sebagai lembaga intermediasi keuangan, memobilisasi simpanan masyarakat dan menyalurkannya ke bisnis dalam bentuk kredit dan bentuk pembiayaan lainnya; dan ketiga, bank berperan sebagai investor dalam aset keuangan di pasar keuangan negara berkembang, khususnya pasar valuta asing dan valuta asing.

Bank membantu dalam konversi aset keuangan seperti deposito menjadi aset lain seperti kredit dan surat berharga yang diterbitkan pemerintah dan bank sentral. Menurut Bank Indonesia

(2006), tanggung jawab bank sebagai perantara keuangan diklasifikasikan menjadi tiga kategori:

1. menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan,
2. menyalurkan dana kepada masyarakat dalam bentuk kredit, dan
3. memfasilitasi tra & Pergerakan Uang Bank di Indonesia berfungsi sebagai pengumpul, penyalur, dan pemberi jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang di masyarakat, dengan tujuan untuk meningkatkan pembangunan nasional melalui peningkatan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan inklusi keuangan.

### **3. Kinerja Perbankan dalam Pembiayaan Sektor Pertanian**

Perbankan nasional, yang berpotensi memiliki kemampuan untuk mengumpulkan dana publik dalam jumlah yang signifikan, kurang dimanfaatkan dalam subsidi pertanian. Paling tidak, rendahnya proporsi kredit perbankan nasional yang tersedia untuk perusahaan pertanian menunjukkan hal ini. Secara historis, sektor pertanian memiliki pangsa dunia usaha yang lebih kecil daripada sektor industri, perdagangan, dan jasa. Rendahnya alokasi kredit untuk pertanian disebabkan oleh aturan pemberian kredit perbankan yang mendorong pemberian kredit berisiko. Sebagai akibat dari pemulihan ekonomi yang berkepanjangan, strategi bank disesuaikan untuk mencakup lebih dari sekedar penyaluran kredit dengan risiko yang diatur (jangka pendek dan tidak terlalu besar). Sektor perdagangan memiliki kebutuhan tertinggi karena persentase dan tujuan peminjam dari usaha mikro, kecil, dan menengah. Ini mencakup berbagai macam pelaku bisnis pertanian. Karena bank syariah memiliki kantor layanan di pusat-pusat kecamatan dan sangat mudah dijangkau oleh operator komersial besar di daerah pedesaan, kontribusi mereka terhadap pembiayaan pertanian sangat kecil. Aset perbankan nasional juga sederhana, terhitung kurang dari 3% dari total aset.

#### **4. Potensi Dan Kendala Pembiayaan Pertanian Oleh Perbankan Nasional**

Perbankan merupakan sumber pembiayaan utama bagi berbagai sektor ekonomi, oleh karena itu perbankan nasional memegang peranan penting dalam menumbuhkan perekonomian Indonesia. Peran ini harus ditingkatkan dalam konteks kemajuan di masa depan. Selain itu, dukungan keuangan yang signifikan untuk proyek Revitalisasi Pertanian, Perikanan, dan Kehutanan (RPPK) mungkin sangat diperlukan. Namun, lebih banyak upaya diperlukan untuk menarik minat bank dalam berkontribusi lebih banyak untuk pembiayaan pertanian. Ini tidak mudah; pada kenyataannya, meskipun upaya terbaik pemerintah untuk meningkatkan pendanaan, tantangan program belum sepenuhnya diatasi, dan solusi yang layak belum muncul, menurut Arifin (2007).

Potensi kekuatan bank nasional untuk membantu membiayai pertanian masih belum dieksplorasi dari sudut pandang konseptual. Hal ini dapat dilihat dari dua sisi: besarnya potensi uang dan aset perbankan nasional, serta besarnya potensi sektor pertanian Indonesia. Jumlah rumah tangga pertanian diperkirakan mencapai 25,6 juta dalam Sensus Pertanian (2003). Menurut Ashari dan Friyatno (2006), agribisnis mencakup berbagai kegiatan, termasuk pengadaan input, penanaman, panen, pasca panen, dan pemasaran produk.

Semua subsistem ini membutuhkan bantuan keuangan yang signifikan untuk berfungsi secara efisien. Tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, dan peternakan merupakan subsektor komoditas pertanian yang masing-masing memiliki subsektornya sendiri. Selain kemungkinan sumber daya yang besar, anonimitas (2006) Dia mengklaim bahwa penilaian pertanian bank itu cacat. Masih terbilang bagus, terutama bagi petani tradisional. Beberapa lembaga pemberi kredit (KUT) membutuhkan tunggakan kredit yang besar hingga merugi. Namun demikian, tidak dapat dibayangkan untuk percaya bahwa operator sektor pertanian tidak dapat dipercaya.

Jika kita cermati, kita dapat melihat bahwa ada hambatan-hambatan tertentu di atas, begitu juga di manajemen KUD, ketua kelompok, dan LSM. Selanjutnya menurut Anonymous (2006), keahlian manajer sektor cukup baik bagi bank yang sudah lama berkecimpung di sektor pertanian, seperti BRI yang memiliki jaringan pedesaan. kelurahan kelurahan kelurahan kelurahan (Bank Unit Desa). Inilah salah satu alasan mengapa BRI terus menjadi yang terdepan dalam pembiayaan pedesaan dan pertanian. Sementara itu, pengetahuan industri pertanian dalam Perbankan masih langka di wilayah metropolitan.

Menurut Nurmanafetal (2006), bank memiliki beberapa keunggulan dibandingkan lembaga keuangan lainnya, antara lain:

- a. cap kredit yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan pembiayaan lainnya
- b. kemampuan untuk memenuhi kebutuhan modal untuk semua jenis pendanaan
- c. Sistem pembiayaan memiliki telah disesuaikan dengan karakteristik sektor perbankan pertanian semaksimal mungkin (BRI).

## **5. Kendala dan Permasalahan**

Meskipun organisasi keuangan formal (bank) menawarkan banyak keuntungan, mereka juga memiliki banyak kelemahan, menurut Nurmanafetal.

1. Saat ini alternatif kredit/pembiayaan yang tersedia terbatas. Ada bank lain yang khusus melayani konteks kabupaten/kota.
2. Cara pengajuan/permohonan kredit terbatas, membatasi akses masyarakat kecil terhadap kredit. Selain itu, lembaga perbankan secara signifikan lebih berhati-hati dalam industri pertanian, yang dianggap sangat berisiko.
3. Proses pengajuan kredit memakan waktu lama karena harus dicek ulang.
4. Diisi secara berlebihan.
5. Kriteria agunan yang menetapkan produk yang berkekuatan hukum formal (sertifikat/BPKB) tetap dianggap memberatkan.

6. Nilai agunan sering diremehkan, menyebabkan penurunan nilai kredit yang signifikan.

Menurut Syukur dkk. (2002), kriteria yang paling sulit dicapai oleh perusahaan pertanian dalam hal kualitas adalah pemberian agunan. Apalagi jika agunan yang dipersyaratkan adalah dokumen properti dan bangunan. Hanya sebagian kecil pelaku usaha pertanian yang memiliki sertifikasi yang menunjukkan kepemilikan tanah atau bangunan. Akibatnya, para pelaku usaha pertanian akan kesulitan mendapatkan pinjaman resmi.

Terlepas dari penerapan yang ketat, data Anonymous (2006) menunjukkan bahwa kredit merupakan fitur dari sektor ini secara umum, dibandingkan dengan jenis perusahaan perbankan lainnya. Tidak seperti perusahaan sektor (dan gaji petani), kualitas bisnis pertanian tidak musiman. Kredit bulanan, misalnya, merupakan transaksi perbankan. Untuk menjaga keseimbangan ekologi, Karena sifat industri perbankan, semua pengeluaran, gaji pegawai, dan pemeliharaan harus dijadwalkan setiap bulan. Bank jarang meminta kredit pertanian sebagai akibat dari sindrom ini. Menurut Arifin (2007), ada tiga masalah utama kredit buruk di industri perbankan.

Pertama, kurangnya komunikasi dan informasi antara sektor pertanian dan non- perbankan, serta organisasi keuangan. Pelaku usaha pertanian khususnya lembaga keuangan kurang aktif dalam menginformasikan kepada pelaku usaha di industri lain tentang peluang dan prospek usaha pertanian. Akibatnya, lembaga keuangan, khususnya bank, menjadi kurang tertarik pada pertanian. Selain itu, sektor keuangan masih belum mengetahui potensi industri pertanian. Mereka hanya tahu bahwa itu adalah perusahaan yang berisiko karena persepsi atau literatur, yang mencakup variasi harga tertentu, penyesuaian musiman, dan faktor lainnya.

Kedua, sektor perbankan terus fokus pada pertanian modern dan perkebunan besar, meninggalkan petani menengah dan kecil. Terakhir, pragmatisme dalam pengambilan keputusan bisnis keuangan mikro dan skeptisisme dalam mendukung kebijakan makroekonomi. Dunia perbankan mendasarkan penilaiannya pada ketentuan bank umum, yang tentunya harus diatur dengan prinsip

kehati-hatian atau Arsitektur Perbankan Indonesia (API) edisi terbaru. Untuk memenuhi syarat kesehatan perbankan, indikator bisnis mikro lainnya seperti rasio kecukupan modal (CAR), rasio kredit terhadap tabungan (LDR), dan sebagainya harus diperhatikan. Sementara itu, isu-isu tertentu dalam industri pertanian dapat dipahami dari berbagai sudut, menurut Aviliani (2009):

1. Risiko tingkat petani, yang meliputi pupuk, benih, insektisida, dan ketersediaan teknik penanaman.
2. Bahaya pemasaran, khususnya
3. masalah penjarahan atau masalah sosial antar bisnis yang muncul sebagai akibatnya Masalah pemasaran, sehingga potensi penurunan harga produk pertanian tidak terserap.
4. Risiko status lahan usaha; masalah sertifikasi tanah membutuhkan waktu lama untuk menyalurkan kredit;
5. Dominasi mikro; kelemahan manajemen, pembukuan, distribusi pemasaran, permodalan, dan agunan;
6. Ketergantungan yang tinggi pada industri hilir; daya tawar petani rendah;
7. keterbatasan keahlian perbankan di bidang pertanian. Tidak semua bank siap membiayai sektor pertanian karena jumlah bank yang memiliki pengetahuan pertanian masih terbatas.

### **C. LEMBAGA KEUANGAN BUKAN BANK**

Lembaga adalah istilah yang digunakan untuk menyebut lembaga keuangan bukan bank. Pembiayaan bukan bank adalah segala sesuatu yang dilakukan dalam industri keuangan untuk menghimpun dana, baik secara langsung maupun tidak langsung, terutama melalui penerbitan surat berharga publik, terutama untuk membiayai investasi perusahaan dalam rangka menciptakan kemakmuran dan keadilan bersama. Perusahaan keuangan non-bank ini telah membantu pengembangan pasar modal dan menyediakan dana untuk bisnis di negara berkembang sejak tahun 1972.

Perusahaan keuangan yang bukan bank dan dapat memberikan layanan Sektor keuangan menawarkan banyak layanan. Lembaga keuangan non bank yang saat ini beroperasi di Indonesia antara lain:

- a. Perusahaan asuransi adalah perusahaan yang bergerak di bidang asuransi.
- b. Dana pensiun adalah badan hukum yang terutama mengelola dana pensiun pemberi kerja.
- c. Koperasi Simpan Pinjam mengumpulkan uang dari anggotanya dan mendistribusikannya kepada anggota koperasi lainnya serta masyarakat luas.
- d. Pasar Modal merupakan tempat berkumpulnya para pencari uang dan investor, dengan instrumen utama saham dan obligasi.
- e. Salah satu tugasnya adalah mengambil alih pembayaran kredit perusahaan dengan kredit macet.
- f. Perusahaan modal ventura mendukung bisnis berisiko tinggi.
- g. Pegadaian adalah perusahaan keuangan yang menawarkan kredit dengan jaminan.
- h. Perusahaan leasing semakin fokus pada penyediaan barang modal kepada klien mereka.
- i. Firma Kartu Kredit
- j. Pasar Uang, disebut juga sebagai pinjaman atau pasar uang.
- k. Perusahaan Pembiayaan Infrastruktur



## BAB 7

# STRATEGI PENGEMBANGAN AGRIBISNIS

Indonesia adalah negara agraris di mana mayoritas penduduknya adalah kaum tani. Negara agraris menjadikan Indonesia memiliki wilayah yang luas serta kaya akan lahan yang subur untuk bertani. Atas dasar ini, Indonesia mulai mengenal agribisnis. Perjalanan perkembangan agribisnis di Indonesia sejalan dengan sejarah pembangunan pertanian secara umum yang mengalami periode jatuh bangun. Hal ini sangat berpengaruh dalam perkembangan ekonomi di Indonesia baik secara mikro maupun secara makro.

Indonesia merupakan negara dengan kekayaan alam yang melimpah dan beraneka ragam (mega biodiversity). Keanekaragaman tersebut tampak pada berbagai jenis komoditas tanaman pangan, hortikultura, perkebunan juga peternakan. Dibandingkan dengan sub- sektor lainnya, subsektor perkebunan merupakan kontributor devisa tertinggi. Neraca perdagangan pertanian selama periode 2005-2009 menunjukkan bahwa subsektor perkebunan mengalami surplus perdagangan dengan pertumbuhan rata-rata sebesar 21,25 persen pertahun. Lahan merupakan unsur terpenting dalam pemenuhan kebutuhan dasar masyarakat. Kebutuhan pangan, sandang, dan papan masyarakat diperoleh dari hasil produksi lahan pertanian. Terlebih lagi adanya kebijakan pemerintah tertuang dalam UU No.7/1996 tentang pangan, disebutkan bahwa ketahanan pangan adalah terpenuhinya pangan bagi setiap rumah tangga yang tercermin dari tersedianya pangan yang cukup baik jumlah maupun mutunya, aman, merata, dan terjangkau (Anonim, 2011). Ini menunjukkan bahwa lahan merupakan sumberdaya alam yang sangat penting keberadaannya.

Lahan dibedakan menjadi dua jenis menurut penggunaannya yaitu lahan pertanian dan bukan pertanian. Lahan pertanian dibedakan lagi menjadi lahan sawah dan bukan sawah. Lahan sawah meliputi sawah dengan pengairan irigasi, tadah hujan, pasang surut, dan lain sebagainya. Lahan bukan sawah meliputi tegal/kebun, ladang/huma, perkebunan, hutan rakyat, pengembalaan/rumput, sementara tidak diusahakan/lahan tidur, dan sebagainya. Lahan bukan pertanian terdiri dari rumah, bangunan dan halaman sekitarnya, hutan negara, rawa-rawa (tidak ditanami), jalan, sungai, danau, lahan tandus, dan lain sebagainya (BPS, 2012). Lahan sawah yang dimiliki

Bali di tahun 2012, sangat sempit yaitu sekitar 14,48% (81.625 ha) dari total luasan penggunaan lahan. Jumlah ini lebih kecil dari tahun 2011. Luas lahan sawah tahun 2011 adalah sebesar 81.744 ha, 119 ha lebih besar dibandingkan luasan sekarang (BPS, 2012). Ini menunjukkan telah terjadi penyempitan luas lahan sawah yang diakibatkan oleh pengalihan penggunaan lahan sawah menjadi lahan bukan sawah atau lahan bukan untuk kegiatan pertanian pertanian. Denpasar merupakan salah satu daerah yang mengalami alihfungsi lahan sawah di Bali. Terhitung tahun 2008 sampai dengan tahun 2012 luasan lahan sawah di Kota Denpasar setiap tahunnya selalu menurun yaitu berturut-turut sebesar 2.717 ha, 2.693 ha, 2.632 ha, 2.597 ha, dan 2.519 ha (BPS, 2012).

Terdapat dua kecamatan yang tingkat alihfungsi lahan sawahnya tinggi yaitu kecamatan Denpasar Selatan dan Denpasar Utara. Alihfungsi lahan sawah di Kecamatan Denpasar Selatan sebesar 49 ha, dan di Denpasar Utara sebesar 29 ha. Subak yang paling tinggi alihfungsinya terdapat di Kecamatan Denpasar Selatan yaitu Subak Kerdung. Subak merupakan organisasi petani pengelola sistem irigasi lahan sawah. Menurut Sirtha (2008) fungsi utama subak adalah mengatur pengairan untuk pertanian dan kegiatan yang dilaksanakan oleh masyarakat subak antara lain menata jaringan irigasi, mengatur pembagian air, mengatur penggiliran pola tanam, dan melaksanakan kegiatan upacara. Pelaksanaan organisasi subak berdasarkan hukum adat, yaitu hukum yang tumbuh dan berkembang dari kebiasaan-kebiasaan yang hidup dalam masyarakat Hindu Bali.

Seiring pertumbuhan perkembangan dan pertumbuhan ekonomi Bali, keberadaan subak juga mulai semakin terdesak. Ditambah dengan lebih tertariknya kaum muda pada sektor non pertanian, membuat subak makin tidak berkembang. Terlebih Denpasar sebagai daerah yang sangat padat penduduknya. Apabila subak dibiarkan makin lama semakin berkurang, ketersediaan pangan lokal untuk masyarakat Denpasar akan semakin berkurang. Kondisi ini mengakibatkan ketergantungan pangan masyarakat Kota Denpasar pada daerah lain menjadi sangat tinggi. Bila hal ini dibiarkan maka harga-harga pangan di Kota Denpasar akan menjadi tinggi, dan dampak ini akan dirasakan sangat berat oleh masyarakat. Belum lagi berkurangnya luasan lahan persawahan akan berdampak pada berkurangnya ketersediaan air permukaan tanah, ini juga yang mengakibatkan jumlah air yang mengairi lawah sawah semakin berkurang.

Menurut PUSPIJAK (2012) beberapa penelitian menyimpulkan bahwa keadaan sosial, ekonomi, dan kebijakan pemerintah dalam membuat aturan pembangunan suatu sektor atau pembangunan nasional dapat mengakibatkan perubahan penggunaan lahan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Verbist, Andree dan Suseno, 2004) dalam PUSPIJAK (2012) faktor pendorong terjadinya alih guna lahan dibedakan atas faktor eksternal dan internal. Empat faktor pendorong (pertumbuhan alami penduduk, migrasi, hujan, dan harga pasar internasional) dikategorikan sebagai variabel eksternal. Pada skala analisis ini (tingkat kecamatan) faktor-faktor tersebut tidak dapat dipengaruhi ataupun ditangani. Keenam faktor lain, yang dikategorikan sebagai variabel internal, merupakan faktor yang sampai pada tingkat tertentu dapat ditangani atau dipengaruhi oleh pihak tertentu, seperti inovasi teknis, pembangunan jalan dan infrastruktur, pemungutan retribusi atau pajak, subsidi, konservasi tanah dan air, serta pengaturan penguasaan tanah.

Menurut Kustiwan (1997) konversi lahan pertanian juga dipengaruhi oleh faktor eksternal, internal dan kebijakan pemerintah. Faktor eksternal meliputi faktor dinamika pertumbuhan perkotaan, baik secara spasial, demografis maupun ekonomi yang memacu atau mendorong terjadinya konversi lahan pertanian. Faktor internal adalah kondisi sosial ekonomi rumah tangga pertanian penggunaan lahan yang mendorong mereka melepaskan pemilikan atau penggunaan lahannya. Faktor internal menyangkut pertumbuhan rumah tangga pertanian dan pengguna lahan. Melihat semakin maraknya kegiatan alihfungsi lahan yang mengancam keberadaan lahan sawah (subak) seperti yang tergambar pada uraian latar belakang, maka dirasa perlu menganalisis lebih jauh tentang faktor-faktor apa yang menjadi pendorong alihfungsi lahan khususnya di Subak Kerdung.

## **A. STRATEGI PENGEMBANGAN**

Strategi adalah seni memadukan atau menginteraksikan antara faktor kunci keberhasilan antar faktor kunci keberhasilan agar terjadi sinergi dalam mencapai tujuan. Strategi merupakan sarana untuk mencapai tujuan. Manfaat strategi adalah untuk mengoptimalkan sumberdaya unggulan dalam memaksimalkan pencapaian sasaran kinerja. Dalam konsep manajemen cara terbaik untuk mencapai tujuan, sasaran dan kinerja adalah dengan strategi memberdayakan sumber daya secara efektif dan efisien (LAN-RI,2008).

Barney, Jay B (1977) dalam LAN-RI (2008) mengemukakan definisi kerja strategi adalah suatu pola alokasi sumberdaya yang memungkinkan norganisasi memelihara bahkan meningkatkan kinerjanya. Strategi yang baik adalah suatu strategi yang menetralsir ancaman/tantangan, dan merebut peluang-peluang yang ada dengan memanfaatkan kekuatan yang tersedia serta meniadakan atau memperbaiki kelemahan-kelemahan yang masih ada.

Secara konseptual strategi pengembangan dalam konteks agropolitan adalah upaya untuk melakukan analisis terhadap kondisi lingkungan kawasan baik internal yang meliputi kelemahan dan kekuatan dan kondisi lingkungan eksternal yaitu peluang dan ancaman yang akan dihadapi, kemudian diambil alternatif untuk menentukan strategi yang harus dilakukan. Analisis lingkungan internal merupakan suatu proses untuk menilai faktor-faktor keunggulan strategis perusahaan/organisasi untuk menentukan dimana letak kekuatan dan kelemahannya, sehingga penyusunan strategi dapat dimanfaatkan secara efektif, kesempatan lingkungan dan menghadapi hambatannya, mengembangkan profil sumber daya dan keunggulan, membandingkan profil tersebut dengan kunci sukses, dan mengidentifikasi kekuatan utama dimana industri dapat membangun strategi untuk mengeksploitasi peluang dan meminimalkan kelemahan dan mencegah kegagalan.

Kondisi lingkungan eksternal yang tidak pasti mengharuskan perusahaan/organisasi menyusun strategi yang tepat terhadap pengembangan investasi bisnis karena lingkungan eksternal tersebut sebagian besar tidak dapat dikendalikan. Reksohadiprojo (1982), menganjurkan langkah-langkah yang perlu diambil untuk memperkirakan peluang serta ancaman lingkungan eksternal dengan mengidentifikasi faktor-faktor lingkungan, mengamati perubahan secara global lingkungan tersebut dan memperkirakan dampak kumulatif terhadap karakteristik industri.

## **B. PENENTUAN ALTERNATIF STRATEGI**

Glueek dkk dalam LAN-RI (2008) mengemukakan ada empat strategi utama, yaitu langkah yang dilakukan setelah menganalisa proses kondisi lingkungan internal dan eksternal adalah menetapkan strategi yang sesuai, antara lain:

1. **Stability Strategy.** Industri yang menggunakan strategi stabilitas dapat melanjutkan strategi yang sebelumnya dapat dikerjakan. Keputusan strategi utama difokuskan pada penambahan perbaikan terhadap pelaksanaan fungsinya, alasannya karena industri atau perusahaan telah berhasil dalam taraf kedewasaan, lingkungan relative stabil, tidak terlalu berisiko.
2. **Retrenchment Strategy.** Strategi pengurangan pada umumnya digunakan untuk mengurangi produk pasar, alasannya karena industri atau perusahaan tidak berjalan dengan baik, lingkungan semakin mengancam, mendapat tekanan dari konsumen sehingga peluang tidak dimanfaatkan dengan baik.
3. **Growth Strategy.** Strategi pertumbuhan banyak dipertimbangkan untuk dapat diterapkan pada industri dengan pertimbangan bahwa keberhasilan industri adalah industri yang selalu terus berkembang. Strategi pertumbuhan melalui ekspansi dengan memperluas daerah pemasaran dan penjualan produk atau dapat berupa diversifikasi produk.

### **C. KONSEP STRATEGI PENGEMBANGAN**

Pembangunan secara sederhana dapat ditafsirkan sebagai upaya untuk melakukan perubahan sosial (*social change*) yang dilakukan secara sadar, terencana dan berkelanjutan dengan tujuan demi eksistensi dan peningkatan mutu kehidupan masyarakat. Menurut Winoto (1995b) secara konseptual inti dari teori-teori pembangunan memiliki kesamaan, yaitu memuat hal-hal sebagai berikut :

1. Perubahan Terencana (*planned change*);
2. Transformasi Struktural (*structural transformation*);
3. Otonomi (*autonomy*); dan
4. Keberlanjutan (*sustainability*).

Oleh karena tujuan pembangunan adalah menjaga kelangsungan eksistensi masyarakat, maka tujuan pembangunan itu sendiri harus memuat 3 (tiga) hal yaitu:

1. Pertumbuhan (*growth*);
2. Keberlanjutan (*sustainable*) dan
3. Pemerataan (*equity*).

Perlu ditekankan bahwa pembangunan (development) mempunyai pengertian yang berbeda dengan pertumbuhan (growth). Pembangunan lebih menunjukkan pada peningkatan in well being, sedangkan pertumbuhan mengacu pada perubahan output secara fisik (Tietenberg, 1994). Tidak mungkin kita dapat melakukan pemerataan tanpa adanya pertumbuhan, dan tidak mungkin pula kita mampu mempertahankan keberlanjutan pembangunan tanpa adanya pemerataan.

Perubahan struktur ekonomi nasional dari sektor pertanian ke sektor industri ternyata belum mampu mendorong perpindahan tenaga kerja dari sektor pertanian ke sektor industri, sehingga produktivitas tenaga kerja sektor pertanian tetap rendah. Pada tahun 1971 pangsa sektor pertanian terhadap GDP sebesar 33 persen, sedangkan pada tahun 2001 turun menjadi 16,18 persen dan diperkirakan tahun 2020 pangsa tersebut turun menjadi 10,8 persen. Sementara itu tenaga kerja yang bekerja di sektor pertanian selama periode tersebut hanya mengalami penurunan sedikit dari 63,96 persen menjadi 43,77 persen. Di lain pihak, pangsa sektor nonpertanian (industri dan jasa) pada periode tersebut mengalami peningkatan cukup tajam dari 35,9 persen menjadi 56,23 persen. Pada tahun 2020 pangsa tersebut diperkirakan naik menjadi 72,8 persen, namun penyerapan tenaga kerja hanya mengalami sedikit peningkatan dari 43,7 persen menjadi 47,4 persen. Akibatnya telah banyak tenaga kerja yang tidak tertampung di sektor industri dan pertanian memasuki sektor nonformal. Perilaku sektor industri yang bersifat inelastis terhadap permintaan tenaga kerja tidak sesuai dengan hipotesis. Fisher dan Clark menyatakan bahwa jika pangsa suatu sektor GDP bertambah, maka elastisitas permintaan tenaga kerja tersebut seharusnya bertambah dan semakin elastis. Kondisi yang demikian mengakibatkan ke-mampuan ekonomi nasional dalam menyerap angkatan kerja yang terus meningkat menjadi terbatas. Tidak mengherankan apabila pengangguran muncul pada semua tingkatan pendidikan, dan penduduk miskin secara absolut masih cukup besar sekitar 26 juta orang.

Perubahan struktur ekonomi dari sektor pertanian ke sektor industri mendorong peningkatan permintaan lahan untuk kegiatan non pertanian. Laju permintaan lahan untuk kegiatan nonpertanian yang meningkat dengan cepat ditandai oleh peningkatan laju konversi lahan sawah. Laju konversi yang terjadi saat ini diperkirakan 15.000 ha per tahun, dan laju konversi tersebut

didorong oleh laju pertumbuhan penduduk di perkotaan Jawa yang meningkat dengan pesat. Pada tahun 1971, jumlah penduduk perkotaan di Jawa hanya sebesar 18 persen, pada tahun 1990 meningkat menjadi 35 persen, dan pada tahun 2020 diperkirakan mencapai 58 persen (World Bank, 1994). Hasil penelitian Sumaryanto et al. (1995) menunjukkan bahwa sebagian besar petani yang menjual lahan sawahnya tetap melakukan aktivitas sebagai petani dengan membeli lahan pertanian yang lain. Karena lahan di hilir terbatas dan harganya mahal, maka petani tersebut membeli lahan dari petani yang berada di atasnya (mengarah ke hulu). Selanjutnya petani hulu yang menjual lahannya akan mencari lahan baru yang lebih mengarah ke hulu lagi. Dengan demikian implikasi yang dapat ditarik dari hasil penelitian Sumaryanto tersebut adalah proses konversi yang terjadi selama ini akan mendorong pergerakan penduduk dalam melakukan aktivitas pertanian lebih ke arah hulu. Sebagai suatu paradigma yang sedang dalam proses pengembangan, ternyata operasionalisasi konsep berkelanjutan banyak menemui hambatan. Masalah utama yang dihadapi adalah penilaian (valuation) dari sumberdaya belum diidentifikasi seluruhnya.

Akibatnya adalah sering pemanfaatan sumber daya undervaluation karena dalam pemanfaatannya hanya memperhitungkan use value, sedangkan value tidak diinternalisasi ke dalam pemanfaatan. Untuk lebih jelasnya mengenai masalah tersebut dapat dilihat contoh ragam value dari pemanfaatan sumberdaya hutan. Undervaluation dalam pemanfaatan sumberdaya menyebabkan harga yang berlaku di pasar jauh berada di bawah the right price dari sumberdaya yang bersangkutan (Anwar, 1995).

Bagi penduduk yang berada di bawah garis kemiskinan, undervaluation dalam pemanfaatan sumberdaya mendorong penduduk memanfaatkan sumberdaya berlebihan yang cenderung mengarah pada open access dan menimbulkan bencana kerusakan. Kalau itu dibiarkan, maka penduduk yang miskin akan bertambah miskin karena sumberdaya yang menjadi sumber kehidupannya mengalami penurunan produktivitas. Kondisi demikian menyebabkan konsep pembangunan yang mengandalkan pertumbuhan semata-mata akan membuat masyarakat bertambah miskin (Jhingan, 1994; Todaro, 1990; Winoto, 1995a).

Circuler dalam kemiskinan bersifat kumulatif karena manfaat pembangunan secara agregat melalui trickle down process dengan spread

effectnya tidak serta merta terjadi, karena ada hambatan kelembagaan dalam mendistribusikan manfaat tersebut. Penduduk miskin tidak mempunyai kelebihan hasil usaha yang cukup untuk diinvestasikan kembali pada pemeliharaan kapasitas daya dukung sumberdaya, khususnya untuk sumberdaya yang dapat diperbaharui. Kalaupun mempunyai kemampuan, mereka tidak akan serta-merta menginvestasikannya pada pemeliharaan lingkungan di daerah hulu, karena manfaat yang diperoleh dari perbaikan tersebut tidak sepenuhnya dapat dinikmati oleh penduduk setempat. Manfaat dari perbaikan tersebut juga dinikmati oleh masyarakat hulu berupa penurunan frekuensi banjir. Kondisi demikian menjadi penghambat dalam upaya perbaikan lingkungan. Penduduk miskin justru akan mengeksploitasi sumberdaya secara berlebihan yang mengarah pada kerusakan (Pezzey, 1990).

#### **D. PROSPEK PERKEMBANGAN AGRIBISNIS DI INDONESIA**

Dilihat dari berbagai aspek, seperti potensi sumberdaya yang dimiliki, arah kebijakan pembangunan nasional, potensi pasar domestik dan internasional produk-produk agribisnis, dan peta kompetisi dunia, Indonesia memiliki prospek untuk mengembangkan sistem agribisnis. Prospek ini secara aktual dan faktual ini didukung oleh hal-hal sebagai berikut:

1. Pembangunan sistem agribisnis di Indonesia telah menjadi keputusan politik. Rakyat melalui MPR telah memberi arah pembangunan ekonomi sebagaimana dimuat dalam GBHN 1999-2004 yang antara lain mengamanatkan pembangunan keunggulan komparatif Indonesia sebagai negara agraris dan maritim. Arah GBHN tersebut tidak lain adalah pembangunan sistem agribisnis.
2. Pembangunan sistem agribisnis juga searah dengan amanat konstitusi yakni No. 22 tahun 1999, UU No. 25 tahun 1999 dan PP 25 tahun 2000 tentang pelaksanaan Otonomi Daerah. Dari segi ekonomi, esensi Otonomi Daerah adalah mempercepat pembangunan ekonomi daerah dengan mendayagunakan sumberdaya yang tersedia di setiap daerah, yang tidak lain adalah sumberdaya di bidang agribisnis. Selain itu, pada saat ini hampir seluruh daerah struktur perekonomiannya (pembentukan PDRB, penyerapan tenaga kerja, kesempatan berusaha, ekspor) sebagian besar (sekitar 80 persen) disumbang oleh agribisnis. Karena itu,

pembangunan sistem agribisnis identik dengan pembangunan ekonomi daerah.

3. Indonesia memiliki keunggulan komparatif (comparative advantage) dalam agribisnis. Kita memiliki kekayaan keragaman hayati (biodiversity) daratan dan perairan yang terbesar di dunia, lahan yang relatif luas dan subur, dan agroklimat yang bersahabat untuk agribisnis. Dari kekayaan sumberdaya yang kita miliki hampir tak terbatas produk-produk agribisnis yang dapat dihasilkan dari bumi Indonesia. Selain itu, Indonesia saat ini memiliki sumberdaya manusia (SDM) agribisnis, modal sosial (kelembagaan petani, local wisdom, indigenous technologies) yang kuat dan infrastruktur agribisnis yang relatif lengkap untuk membangun sistem agribisnis.
4. Pembangunan sistem agribisnis yang berbasis pada sumberdaya domestik (domestic resources based, high local content) tidak memerlukan impor dan pembiayaan eksternal (utang luar negeri) yang besar. Hal ini sesuai dengan tuntutan pembangunan ke depan yang menghendaki tidak lagi menambah utang luar negeri karena utang luar negeri Indonesia yang sudah terlalu besar.
5. Dalam menghadapi persaingan ekonomi global, Indonesia tidak mungkin mampu bersaing pada produk-produk yang sudah dikuasai negara maju. Indonesia tidak mampu bersaing dalam industri otomotif, elektronika, dll dengan negara maju seperti Jepang, Korea Selatan, Jerman atau Perancis. Karena itu, Indonesia harus memilih produk-produk yang memungkinkan Indonesia memiliki keunggulan bersaing di mana negara-negara maju kurang memiliki keunggulan pada produk-produk yang bersangkutan. Produk yang mungkin Indonesia memiliki keunggulan bersaing adalah produk-produk agribisnis, seperti barang-barang dari karet, produk turunan CPO (detergen, sabun, palmoil, dll). Biarlah Jepang menghasilkan mobil, tetapi Indonesia menghasilkan ban-bannya, bahan bakar (palmoil diesel), palmoil-lubricant.

Pekembangan usaha agribisnis di Indonesia memiliki peluang atau prospek yang cukup menjanjikan dengan letak geografis Indonesia. Agribisnis merupakan bisnis berbasis usaha pertanian atau bidang lain yang mendukungnya, baik di sektor hulu maupun hilir. Penyebutan “hulu” dan

“hilir” mengacu pada pandangan pokok bahwa agribisnis bekerja pada rantai sektor pangan (food supply chain). Dengan kata lain, agribisnis adalah cara pandang ekonomi bagi usaha penyediaan pangan. Sebagai subjek akademik, agribisnis mempelajari strategi untuk memperoleh keuntungan dengan mengelola aspek budidaya, penyediaan bahan baku, pascapanen, proses pengolahan, hingga tahap pemasaran.

Perkembangan agribisnis di Indonesia tentu memiliki alasan yang kuat hingga bisa tetap bertahan sampai saat ini. Beberapa peluang atau prospek agribisnis yang sangat cerah di antaranya:

1. Tanah di Indonesia relatif subur dan cocok dengan tanaman pangan.
2. Indonesia memiliki iklim yang cukup bersahabat. Hujan dan panas cukup teratur dan sangat minim terjadi bencana.
3. Indonesia berada pada garis katulistiwa yang beriklim tropis. Hal ini menyebabkan cukupnya sinar matahari bagi pertanian di Indonesia.
4. Pemerintah masih menempatkan sektor pertanian sebagai sektor andalan.
5. Indonesia memiliki aliran sungai, bendungan, dan saluran irigasi yang cukup.

Sektor pertanian, khususnya agribisnis diprediksi akan sangat berperan dalam pembangunan ekonomi kerakyatan di masa yang akan datang. Prediksi ini didasarkan pada beberapa hal, yaitu :

1. Sektor pertanian menampung sebagian besar tenaga kerja (75%) dan terbukti relatif mapan dalam menghadapi krisis ekonomi.
2. Industri yang tepat untuk dikembangkan adalah industri pengolahan hasil pertanian.
3. Komoditas pertanian masih dapat bersaing untuk menjadi komoditas unggulan dibandingkan komoditas non-pertanian.
4. Merupakan ekonomi produktif yang berbasis masyarakat.
5. Sebagai penyedia pangan utama.

Agribisnis, menurut Suryanto (2004) merupakan sistem yang mencakup lima subsistem yaitu sarana produksi, subsistem produksi, subsistem pengolahan hasil, subsistem pemasaran dan subsistem kelembagaan. Masing-masing subsistem tidak dapat terlepas satu sama lain. Indonesia dengan jumlah penduduk yang diperkirakan mencapai 278 juta jiwa pada tahun 2030, menimbulkan tantangan yang kompleks dalam pemenuhan kebutuhan pangan. Usaha untuk memenuhi kebutuhan pangan antara lain adalah dengan

peningkatan produksi dan diversifikasi. Dua hal tersebut termasuk dalam kegiatan agribisnis. Dengan demikian, agribisnis perlu dikembangkan untuk mendukung proses pembangunan dan terwujudnya ketahanan pangan. Dalam kehidupan manusia, pangan merupakan kebutuhan dasar yang harus terpenuhi.

Pada kenyataannya, pengembangan agribisnis dalam mewujudkan ketahanan pangan menghadapi banyak kendala, baik internal maupun eksternal. Tetapi kita tetap harus mencari upaya dan alternative pemecahannya. Indonesia, yang merupakan Negara agraris, pendekatan agribisnis dapat dijadikan terobosan dalam menciptakan ketahanan pangan dan memberikan percepatan pembangunan. Agribisnis secara sederhana adalah suatu konsep yang utuh, mulai dari proses produksi, mengolah hasil, pemasaran dan aktivitas lain yang berkaitan dengan kegiatan pertanian. Pengertian fungsional agribisnis adalah rangkaian fungsi-fungsi kegiatan untuk memenuhi kegiatan manusia.

Pengertian struktural agribisnis adalah kumpulan unit usaha atau basis yang melaksanakan fungsi-fungsi dari masing-masing subsistem. Agribisnis tidak hanya mencakup bisnis pertanian yang besar, tetapi juga skala kecil dan lemah (pertanian rakyat). Bentuk usaha dalam agribisnis dapat berupa PT, CV, Perum, Koperasi, dan lain-lain. Sifat usahanya adalah homogen/heterogen, berteknologi tinggi atau tradisional, komersial atau subsisten, padat modal atau padat tenaga kerja. Perkembangan ekonomi bidang pangan dan agribisnis Indonesia pada tahun 2010 sebenarnya cukup cerah, karena tanda-tanda kelesuan ekonomi global telah berangsur menghilang. Kebutuhan pangan dari waktu ke waktu selalu mengalami kenaikan sejalan dengan laju pertumbuhan penduduk Indonesia 1,49% per tahun. Produksi pangan (khusus padi dan palawija serta tanaman hortikultura) telah menunjukkan peningkatan.

Di Indonesia, sektor agribisnis merupakan sektor yang strategis, karena menyediakan kebutuhan pangan masyarakat; menyediakan bahan baku bagi sektor industri (agroindustri); memberikan kontribusi bagi devisa negara melalui komoditas yang diekspor, menyediakan kesempatan kerja bagi tenaga kerja pedesaan dan perlu dipertahankan untuk keseimbangan ekosistem (lingkungan). Nilai PDB sektor pertanian mengalami pertumbuhan yang semakin membaik dari tahun ke tahun. Apabila diperhatikan dan dikelola secara profesional, sumbangan sektor pertanian masih dapat ditingkatkan.

Secara tidak langsung peningkatan tersebut akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat tani di Indonesia. Secara empirik, keunggulan dan peranan pertanian/agribisnis tersebut dapat dilihat dari besarnya sumbangan atau pangsa realtif terhadap nilai tambah industri non-migas dan ekspor non-migas), yang relatif tinggi. Sektor ini diharapkan mampu menjadi sumber pertumbuhan perekonomian, terutama negara-negara berkembang yang perekonomiannya masih 60 persen bertumpu pada sektor pertanian. Dilihat dari sisi produksi, pembangunan agribisnis mampu menunjukkan peningkatan produktivitas, perbaikan kualitas, perbaikan teknologi dan peningkatan jumlah tenaga kerja di sektor pertanian.

## **E. KETAHANAN PANGAN**

Di Indonesia, sistem ketahanan pangan terdiri dari empat subsistem yang tidak dapat dipisahkan dan terintegrasi satu dengan yang lain, yaitu :

1. Ketersediaan pangan dalam jumlah dan jenis yang cukup untuk seluruh penduduk.
2. Distribusi pangan yang lancar dan merata.
3. Konsumsi pangan setiap individu yang memenuhi kecukupan gizi seimbang.
4. Status gizi masyarakat.

Dengan demikian, sistem ketahanan pangan tidak hanya menyangkut soal produksi, distribusi, si dan penyediaan pangan. Seperti diketahui, bahwa ketersediaan pangan yang melimpah melebihi kebutuhan pangan penduduk tidak menjamin bahwa seluruh penduduk terbebas dari kelaparan dan gizi kurang. Konsep ketahanan pangan yang luas bertolak pada tujuan akhir dari ketahanan pangan yaitu tingkat kesejahteraan manusia Tujuan ketahanan pangan harus diorientasikan untuk pencapaian pemenuhan hak atas pangan, peningkatan kualitas sumberdaya manusia, dan ketahanan pangan nasional. Berjalannya sistem ketahanan pangan sangat tergantung pada kebijakan dan kinerja sektor ekonomi, sosial dan politik. Agribisnis dapat dijadikan sebagai cara atau solusi dalam meningkatkan ketahanan pangan. Hal ini sesuai dengan teori bahwa fokus dari sistem agribisnis adalah keberlanjutan (sustainable), sedangkan ketahanan pangan pada stabilitas (stability).

Subsistem Ketersediaan pangan (food availability) pada ketahanan pangan dapat dintegrasikan dengan subsistem usahatani (On-farm) pada

sistem agribisnis. Para pelaku agribisnis dapat mengusahakan atau melakukan budidaya berbagai macam tanaman pangan yang bisa dijadikan sebagai alternatif diversifikasi pangan. Dengan demikian ketersediaan pangan dalam negeri akan benar-benar tercapai dan tidak hanya bertumpu pada satu komoditas pangan saja. Subsistem penyerapan pangan (food utilization) dapat diintegrasikan dengan subsistem agribisnis hilir (down-stream agribusiness). Integrasi tersebut dilakukan pada kegiatan pengolahan produk pertanian primer menjadi produk olahan, baik produk antara maupun produk akhir. Industri pengolahan produk harus mengutamakan keamanan pangan. Dengan adanya pengolahan tersebut akan dihasilkan produk siap konsumsi yang mempunyai nilai tambah, baik secara ekonomi maupun dari kandungan gizi.

Subsistem akses pangan (food access) dapat diintegrasikan dengan subsistem agribisnis hilir (down stream agribusiness). Integrasi tersebut dilakukan dengan kegiatan distribusi atau kegiatan perdagangan di pasar domestik maupun di pasar internasional. Dengan adanya kegiatan distribusi, konsumen dapat mengakses produk-produk yang dibutuhkan untuk dikonsumsi, dan penyediaan pangan tetapi juga menyangkut akses pangan di tingkat rumah tangga. Konsep ketahanan pangan yang sempit meninjau sistem ketahanan pangan dari aspek masukan yaitu produk.

Dalam rangka mewujudkan ketahanan pangan dimasa yang akan datang, tentu tidak semudah yang kita bayangkan. Berbagai masalah dan tantangan yang perlu diantisipasi antara lain adalah:

1. Pertambahan jumlah penduduk.
2. Konsumsi pangan utama masih didominasi oleh beras.
3. Diversifikasi pangan belum dapat terlaksana secara optimal.
4. Tingginya kompetisi/ alih fungsi pemanfaatan lahan.
5. Penurunan kapasitas dan kualitas sumber daya alam karena eksploitasi besar besaran.
6. Dampak perubahan iklim yang mengakibatkan penurunan produksi pangan.

## **F. UPAYA PENGEMBANGAN AGRIBISNIS DALAM MEWUJUDKAN KETAHANAN PANGAN**

Pembangunan pertanian tidak terlepas dari pengembangan kawasan pedesaan yang menempatkan pertanian sebagai penggerak utama

perekonomian. Lahan, potensi tenaga kerja, dan basis ekonomi lokal pedesaan menjadi faktor utama pengembangan pertanian. Saat ini, pembangunan pertanian tidak saja bertumpu di desa tetapi juga diperlukan integrasi dengan kawasan dan dukungan sarana serta prasarana.

Struktur perekonomian wilayah merupakan faktor dasar yang membedakan suatu wilayah dengan wilayah lainnya. Perbedaan tersebut sangat erat kaitannya dengan kondisi dan potensi suatu wilayah. Keberhasilan pembangunan ekonomi melalui pengembangan sektor agribisnis, perlu diidentifikasi terlebih dahulu kondisi dan tantangan yang dihadapi sektor agribisnis. Dengan dasar tersebut, dapat dirumuskan strategi untuk menghadapi dan mempercepat pembangunan sektor agribisnis dalam mewujudkan ketahanan pangan. Pengembangan agribisnis tidak dapat dilakukan tanpa dukungan dari perusahaan agribisnis, karena perusahaan agribisnislah yang memiliki rencana, desain dan implementasi aktivitas agribisnis dalam sistem ekonomi kerakyatan. Untuk keperluan tersebut maka pemerintah perlu mendorong pengembangan sistem dan usaha agribisnis di bidang usaha industri rumah tangga, koperasi, kelompok usaha berskala kecil, menengah dan besar. Dengan demikian pengembangan agribisnis komoditas unggulan akan berdampak pada ketahanan pangan yang handal dan pembangunan daerah yang terarah dan berkelanjutan.

Upaya mewujudkan ketahanan pangan nasional tidak terlepas dari kebijakan umum pembangunan pertanian dalam mendukung penyediaan pangan terutama dari produksi domestik. Dalam mewujudkan ketahanan pangan dan stabilitasnya (penyediaan dari produksi domestik) identik pula dengan upaya peningkatan kapasitas produksi pangan nasional dalam pembangunan pertanian beserta kebijakan pendukung lain yang terkait.

Sektor pangan dan agribisnis, ke depan sangat memerlukan suatu strategi kebijakan dan langkah konkrit berupa pemberian insentif pajak, akses permodalan dan informasi bagi pelaku agribisnis yang akan melakukan investasi pada sektor pengolahan dan pemasaran di hilir. Peningkatan nilai tambah (added value) komoditas pertanian, perkebunan, peternakan, dan perikanan akan sejalan dengan upaya peningkatan keunggulan kompetitif. Investasi di sektor hilir tersebut pasti akan menciptakan lapangan kerja dan menyerap tenaga kerja terampil dan berpendidikan tinggi.

Operasionalisasi pembangunan sistem dan usaha-usaha agribisnis dilaksanakan melalui pengembangan kawasan dan pusat-pusat pertumbuhan berbasis komoditas sesuai dengan keunggulan masing-masing daerah. Di samping itu juga mempertimbangkan kondisi agro-ekologi dan permintaan masyarakat daerah, serta kondisi sosial ekonomi dan pasar. Setiap daerah perlu mencermati jenis komoditas yang mempunyai keunggulan komparatif (*comparative advantage*) untuk dikembangkan secara berkesinambungan. Ini berarti mulai meletakkan dasar kebijakan peningkatan produksi yang didasarkan pada potensi alam, penguasaan teknologi, kemampuan manajerial dan konservasi sumber daya alam.

Efisiensi dapat terjadi apabila dalam penentuan wilayah untuk industri pengolahan dan pemasaran harus sinkron dengan wilayah produksi. Sinkronisasi ini akan mendorong terciptanya efektivitas dalam perdagangan suatu komoditas. Karena suatu komoditas yang hanya unggul secara komparatif dapat didorong keunggulan kompetitifnya melalui pewilayahan industri pengolahan dan pemasaran yang tepat. Pembangunan sektor pertanian sebagai basis kegiatan ekonomi utama, pengembangannya tidak dapat hanya mengandalkan kegiatan pada on-farm saja. Tetapi diperlukan adanya terobosan pengintegrasian sistem agribisnis yang memungkinkan terciptanya nilai tambah (*value added*) yang berarti bagi setiap komoditas sektor pertanian. Pengembangan sistem agribisnis regional secara umum harus menghasilkan produk yang lebih beragam bukan hanya didominasi oleh produk-produk primer sehingga struktur perekonomian regional tidak hanya berbasis pertanian.

Pengembangan sistem agribisnis dapat dilakukan dengan pendalaman struktur agro- industri sebagai suatu subsistem dalam agribisnis. Pendalaman agro-industri lebih ditekankan pada industri hilir pengolahan hasil pertanian dengan mempertimbangkan pengembangan industri hulu. Setelah itu dilakukan daya dorong inovasi (*creative innovation-driven*). Inovasi kreatif menekankan pada peningkatan kemajuan teknologi pada setiap subsistem agribisnis. Tuntutan sumber daya manusia yang semakin berkualitas sangat diperlukan guna mengimbangi kemajuan teknologi yang ada. Tahapan pengembangan sistem agribisnis di setiap wilayah tidak sama, karena sangat ditentukan oleh karakteristik dan keragaman antar daerah, baik secara fisik maupun sosial ekonomi dan budaya masyarakat. Pada umumnya,

pembangunan agribisnis dilakukan berdasarkan pada persebaran sumber daya fisik, sosial dan ekonomi yang mencakup beberapa wilayah administrasi pemerintahan maupun beberapa wilayah pelayanan Departemen/Dinas. Oleh karena itu, diperlukan adanya koordinasi harmonis antar-Departemen / Lembaga, antar-Pemerintah Pusat, Provinsi dan Kabupaten demi membangun suatu sistem (agribisnis) yang efektif dan efisien.

Pembangunan ekonomi lokal yang berbasis pada pertanian merupakan sebuah proses orientasi. Proses tersebut berkaitan dengan banyak faktor, antara lain adalah :

1. Terbentuknya institusi/ lembaga baru.
2. Pengembangan industri alternative.
3. Peningkatan kemampuan manajerial pelaku usaha.
4. Identifikasi pasar.
5. Transfer ilmu pengetahuan dan teknologi.
6. Mendorong terbentuknya perusahaan baru.
7. Peningkatan entrepreneurship

Dengan pembangunan ekonomi lokal, diharapkan kegiatan pertanian akan berorientasi pada pasar (konsumen). Orientasi pasar menunjukkan bahwa setiap lokasi dapat menghasilkan komoditas pertanian yang spesifik. Dengan demikian akan terjadi spesialisasi produksi. Kebijakan Nasional pembangunan pertanian pertanian di suatu negara tentunya tidak lepas dari pengaruh faktor-faktor eksternal. Faktor-faktor eksternal tersebut antara lain adalah (Suradisastra, 2006):

1. Kesepakatan-kesepakatan internasional, seperti WTO, APEC dan AFTA.
2. Kebijakan perdagangan komoditas pertanian dinegara mitra.
3. Lembaga-lembaga internasional yang memberikan bantuan kepada Indonesia terutama dalam masa krisis.

Saat ini dan masa yang akan datang, orientasi sektor agribisnis telah berubah kepada orientasi pasar. Dengan berlangsungnya perubahan preferensi konsumen yang semakin menuntut atribut produk yang lebih rinci dan lengkap, maka motor penggerak sektor agribisnis harus berubah dari usahatani kepada industri pengolahan (agroindustri). Untuk mengembangkan sektor agribisnis yang modern dan berdaya saing, agroindustri menjadi penentu kegiatan pada subsistem usahatani dan selanjutnya akan menentukan subsistem agribisnis hulu.

Di samping konsep pembangunan pertanian di atas, khususnya di negara-negara berkembang, masih banyak permasalahan yang dihadapi sektor pertanian. Permasalahan tersebut antara lain adalah:

1. Kemiskinan.
2. Rendahnya produktivitas SDA dan SDM.
3. Lemahnya posisi tawar petani.
4. Lemahnya sistem pasar.

Struktur agribisnis, untuk hampir semua komoditas, dewasa ini masih tersekat-sekat, yang dicirikan oleh beberapa hal, yaitu:

1. Agribisnis merupakan konsep dari suatu sistem yang integratif dan terdiri atas beberapa subsistem, yaitu: subsistem pertanian hulu, subsistem budidaya pertanian, subsistem pengolahan hasil pertanian, subsistem pemasaran dan subsistem jasa penunjang pertanian. Lima subsistem tersebut di atas merupakan satu kesatuan yang tidak dapat terpisahkan satu sama lain. Apabila salah satu subsistem tidak dapat berjalan secara efisien akan mempengaruhi proses yang lain dan akibatnya potensi agribisnis tidak dapat dimaksimalkan.
2. Agribisnis merupakan suatu konsep yang menempatkan kegiatan pertanian sebagai suatu kegiatan utuh yang komprehensif. Untuk keperluan tersebut diperlukan dukungan semua pihak yang terkait agar tujuan dapat tercapai.

Upaya pengembangan potensi agribisnis secara fisien dan efektif dalam mewujudkan ketahanan pangan memerlukan suatu strategi. Strategi tersebut adalah sebagai berikut :

1. Peningkatan produksi pangan secara berkelanjutan. Pening produksi dapat dilakukan melalui berbagai macam cara antara lain dengan intensifikasi, ekstensifikasi dan diversifikasi.
2. Revitalisasi industri hulu. Industri hulu yang dimaksud di sini berkaitan dengan sarana dan prasarana produksi, seperti benih, pupuk, pestisida serta alat dan mesin pertanian.
3. Revitalisasi industri pasca panen dan pengolahan pangan. Optimalisasi manfaat sektor pertanian dan meningkatkan pendapatan pengelola agribisnis, perlu dilakukan proses pasca panen dan pengolahan. Seperti diketahui bahwa bahan hasil pertanian akan mudah rusak setelah dipanen apabila tidak ditangani secara serius. Proses pasca panen dan pengolahan

ini tentunya didasarkan pada modernisasi dengan tidak meninggalkan potensi daerah masing-masing.

4. Revitalisasi dan restrukturisasi kelembagaan. Pengembangan kelembagaan hendaknya mencerminkan jati diri bangsa serta didasarkan pada pertimbangan modernisasi sektor pertanian. Untuk keperluan tersebut masih diperlukan peran pemerintah sebagai fasilitator, tanpa meninggalkan kearifan lokal dan perundang-undangan yang berlaku. Kelembagaan dalam hal ini adalah kelembagaan yang berkaitan dengan proses produksi pangan, seperti: koperasi, UKM dan lumbung desa.
5. Pengembangan kebijakan yang kondusif. Kebijakan yang diberlakukan hendaknya yang dapat melindungi pelaku bisnis pangan dari hulu hingga hilir. Kebijakan tersebut berkaitan dengan penerapan technical barrier for Trade (TBT) pada produk pangan, insentif, alokasi kredit, dan Prospek Pengembangan Agribisnis (Sumastuti: 154 – 161)160 harmonisasi tarif bea masuk, pajak resmi dan tidak resmi.

## **G. PEMBANGUNAN SISTEM AGRIBISNIS**

Untuk mendayagunakan keunggulan Indonesia sebagai negara agraris dan maritime serta menghadapi tantangan (Otonomi Daerah, Liberalisasi Perdagangan, perubahan pasar internasional lainnya) ke depan, pemerintah (Departemen Pertanian beserta Departemen terkait) sedang mempromosikan pembangunan sistem dan usaha agribisnis yang berdaya saing (Competitiveness), berkerakyatan (People-Driven), Berkelanjutan (Sustainable) dan terdesentralisasi (Decentralized).

Berbeda dengan pembangunan di masa lalu, di mana pembangunan pertanian dengan pembangunan industri dan jasa berjalan sendiri-sendiri, bahkan cenderung saling terlepas (decoupling), di masa yang akan datang pemerintah akan mengembangkannya secara sinergis melalui pembangunan sistem agribisnis yang mencakup empat subsistem sebagai berikut:

1. Sub-sistem agribisnis hulu (*up-stream agribusiness*), yakni industri-industri yang menghasilkan barang-barang modal bagi pertanian, seperti industri perbenihan/pembibitan, tanaman, ternak, ikan, industri agrokimia (pupuk, pestisida, obat, vaksin ternak./ikan), industri alat dan mesin pertanian (agro-otomotif);

2. Sub-sistem pertanian primer (*on-farm agribusiness*), yaitu kegiatan budidaya yang menghasilkan komoditi pertanian primer (usahatani tanaman pangan, usahatani hortikultura, usahatani tanaman obat-obatan (bio- farmaka), usaha perkebunan, usaha peternakan, usaha perikanan, dan usaha kehutanan);
3. Sub-sistem agribisnis hilir (*down-stream agribusiness*), yaitu industri-industri yang mengolah komoditi pertanian primer menjadi olahan seperti industri makanan./minuman, industri pakan, industri barang-barang serat alam, industri farmasi, industri bio-energi dll; dan
4. Sub-sistem penyedia jasa agribisnis (*services for agribusiness*) seperti perkreditan, transportasi dan
5. Pergudangan, Litbang, Pendidikan SDM, dan kebijakan ekonomi (lihat Davis and Golberg, 1957; Downey and Steven, 1987; Saragih, 1998). Dengan lingkup pembangunan sistem agribisnis tersebut, maka pembangunan industri, pertanian dan jasa saling memperkuat dan konvergen pada produksi produk-produk agribisnis yang dibutuhkan pasar.

Pada sistem agribisnis pelakunya adalah usaha-usaha agribisnis (firm) yakni usahatani keluarga, usaha kelompok, usaha kecil, usaha menengah, usaha koperasi dan usaha korporasi, baik pada sub-sistem agribisnis hilir, sub-sistem on farm, sub-sistem agribisnis hulu maupun pada sub-sistem penyedia jasa bagi agribisnis.

Karena itu, pemerintah sedang dan akan menumbuh-kembangkan dan memperkuat usaha-usaha agribisnis tersebut melalui berbagai instrumen kebijakan yang dimiliki. Pemerintah bukan lagi eksekutor, tetapi berperan sebagai fasilitator, regulator dan promotor pembangunan sistem dan usaha agribisnis. Sistem dan usaha agribisnis yang sedang dipromosikan adalah sistem dan usaha agribisnis yang berdaya saing. Hal ini dicirikan antara lain oleh efisiensi yang tinggi, mampu merespon perubahan pasar secara cepat dan efisien, menghasilkan produk bernilai tambah tinggi, menggunakan inovasi teknologi sebagai sumber pertumbuhan produktivitas dan nilai tambah. Karena itu, dalam upaya mendayagunakan keunggulan komparatif sebagai Negara agraris dan maritim menjadi keunggulan bersaing, pembangunan sistem dan usaha agribisnis akan dipercepat bergeser dari yang mengandalkan sumberdaya alam dan sumberdaya manusia SDM) belum terampil (factor-

driven) kepada pembangunan sistem dan usaha agribisnis yang mengandalkan barang-barang modal dan SDM lebih terampil (capital-driven), dan kemudian pada pembangunan sistem dan usaha agribisnis yang mengandalkan ilmu pengetahuan, teknologi dan SDM terampil (innovation-driven).

Untuk itulah pembangunan industri hulu dan hilir pertanian, pengembangan Litbang dan pendidikan SDM diintegrasikan dengan pembangunan pertanian. Tidak saja berdaya saing, sistem dan usaha agribisnis yang sedang dipromosikan pemerintah adalah juga berkerakyatan. Hal ini dicirikan oleh pelibatan rakyat banyak dalam sistem dan usaha agribisnis, berlandaskan pada sumber daya yang dimiliki dan atau dikuasai rakyat banyak (dari rakyat) baik sumberdaya alam, sumberdaya teknologi (indigenous technologies), kearifan lokal (local wisdom), budaya ekonomi lokal (local culture, capital social) dan menjadikan organisasi ekonomi rakyat banyak menjadi pelaku utama agribisnis (oleh rakyat). Karena itu, pengembangan budaya berusaha dan jaringan usaha (community corporate culture) dengan menghibridisasi budaya lokal dengan budaya perusahaan modern sedang dipromosikan pemerintah. Dengan begitu hasil pembangunan sistem dan usaha agribisnis akan secara nyata dinikmati rakyat banyak di setiap daerah (untuk rakyat).

Sistem dan usaha agribisnis yang sedang dipromosikan pemerintah bukan hanya berdaya saing dan berkerakyatan, tetapi juga berkelanjutan, baik dari segi ekonomi, teknologi maupun dari segi ekologis. Dari segi ekonomi, pembangunan sistem dan usaha agribisnis yang berakar kokoh pada sumberdaya dan organisasi ekonomi lokal dan dengan menjadikan inovasi teknologi dan kreativitas (skill) rakyat banyak sebagai sumber pertumbuhan, akan menghasilkan sistem dan usaha agribisnis yang berkelanjutan. Selain itu, teknologi yang dikembangkan ke depan akan diupayakan teknologi ramah lingkungan (green technology). Demikian juga pelestarian sumberdaya alam khususnya keragaman hayati merupakan bagian dari pembangunan sistem agribisnis yakni bagian dari pengembangan industry perbenihan/pembibitan. Dengan begitu, pembangunan sistem dan usaha agribisnis tidak hanya untuk kepentingan jangka pendek, tetapi juga kepentingan jangka panjang. Sistem dan usaha agribisnis yang berdaya saing, berkerakyatan dan berkelanjutan tersebut, dilaksanakan secara terdesentralisasi. Pembangunan sistem dan

usaha agribisnis ke depan berbeda dengan masa lalu yang sangat sentralistik dan top-down (state driven). Ke depan, pembangunan sistem dan usaha agribisnis akan dilakukan secara terdesentralisasi dan lebih mengedepankan kreativitas pelaku agribisnis daerah (people-driven). Hal ini bukan sekedar tuntutan UU No.22 dan No. 25 tahun 1999 tentang Otonomi Daerah, melainkan juga karena kebutuhan objektif dari pembangunan agribisnis yang pada dasarnya berbasis pada pendayagunaan sumber daya keragaman agribisnis baik intra maupun inter daerah.

Dalam kaitan dengan desentralisasi pembangunan sistem dan usaha agribisnis ini, saat ini sedang dilakukan pembagian peranan antara pemerintah pusat dan daerah dalam bidang tugas dan tanggung jawab yang menjadi wewenang pemerintah. Prinsipnya adalah sebagai berikut. Semaksimal mungkin pembangunan sistem dan usaha agribisnis haruslah dilaksanakan oleh pelaku agribisnis di setiap daerah. Hanya bidang-bidang tertentu yakni yang tidak dapat dilakukan oleh pelaku agribisnis yang menjadi tanggung jawab pemerintah (pusat dan daerah). Hal-hal yang tidak dapat ditangani pelaku agribisnis pada wilayah Kabupaten/Kodya menjadi tanggung jawab pemerintah propinsi. Kemudian, hal-hal yang menyangkut kepentingan dua atau lebih propinsi serta kepentingan nasional menjadi tanggung jawab pemerintah pusat. Dengan pembagian peranan antara pelaku agribisnis dengan peranan pemerintah kabupaten, pemerintah propinsi, dan pemerintah pusat yang demikian akan terjalin suatu sinergis dan secara konvergen menyumbang pada terwujudnya satu sistem agribisnis yang berdaya saing, berkerakyatan dan berkelanjutan setiap daerah.

## **H. FASE PERKEMBANGAN AGRIBISNIS DI INDONESIA**

Perkembangan agribisnis di Indonesia dapat dibagi menjadi beberapa fase secara umum. Berikut ini penjelasan mengenai fase yang terjadi di Indonesia:

### **1. Fase Konsolidasi (1967-1978)**

Pada fase ini sektor pertanian tumbuh sebesar 3,39%, lebih banyak disebabkan kinerja sub-sektor tanaman pangan dan perkebunan yang tumbuh 3,58% dan 4,53%. Tiga kebijakan yang penting pada fase ini adalah intensifikasi atau penggunaan teknologi, ekstensifikasi atau perluasan area yang mengonversi hutan tidak produktif, diversifikasi atau

penganekaragaman usaha agribisnis untuk menambah pendapatan rumah tangga petani.

## **2. Fase Tumbuh Tinggi (1978-1986)**

Pada periode ini perkembangan agribisnis sektor pertanian tumbuh lebih dari 5,7%. Peningkatan produksi pangan, perkebunan, perikanan, peternakan hampir mencapai angka produksi 6,8% dan puncaknya mencapai swasembada pangan.

## **3. Fase Dekonstruksi (1986-1997)**

Pada fase ini sektor pertanian mengalami kontraksi pertumbuhan di bawah 3,4% per tahun, berbeda dengan tahun sebelumnya. Hal ini terjadi karena mengalami pengacuhan oleh perumusan kebijakan akibat anggapan keberhasilan swasembada pangan telah menimbulkan persepsi pengembangan agribisnis yang akan bergulir dengan sendirinya.

## **4. Fase Krisis (1997-2001)**

Meskipun sektor pertanian menjadi penyelamat ekonomi Indonesia karena lonjakan nilai tukar dolar yang dinikmati komoditas ekspor sektor pertanian terutama perkebunan dan perikanan, namun daya tahan sektor pertanian tidak cukup kuat karena harus menanggung dampak krisis untuk menyerap limpahan tenaga kerja sektor informal dan perkotaan.

## **5. Fase Desentralisasi (2001-sekarang)**

Transisi politik dan periode desentralisasi ekonomi menimbulkan banyaknya perda dan terlalu banyaknya penyimpangan administratif atau korupsi yang terjadi di daerah dan banyaknya biaya tambahan dalam melakukan birokrasi pemerintahan (survey LPEM-FEUI).

Itulah beberapa fase dan perkembangan dari agribisnis di Indonesia. Bagaimanapun juga, Indonesia tetap menjadi negara agraris yang tentu butuh untuk terus mengembangkan agribisnis. Dalam menjalankannya, tentu sama dengan menjalankan bisnis lainnya termasuk dalam mengatur keuangan bisnis.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, A. E. (2014). Analisis Pemanfaatan Dana Pengembangan Usaha Agribisnis Pedesaan Di Desa Sungaiselari Kecamatan Bukit Batu Kabupaten Bengkalis. 13–47. [Http://Repository.Uin-Suska.Ac.Id/Id/Eprint/3955](http://Repository.Uin-Suska.Ac.Id/Id/Eprint/3955)
- Asmarantaka, R. W., Atmakusuma, J., Muflikh, Y. N., & Rosiana, N. (2018). Konsep Pemasaran Agribisnis : Pendekatan Ekonomi Dan Manajemen. Jurnal Agribisnis Indonesia, 5(2), 151. <https://doi.org/10.29244/jai.2017.5.2.151-172>
- Asrina, & Martina. (2017). Strategi Pemasaran Usaha Kerupuk Tempe Di Desa Blang Geulanggang Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen (Studi Kasus: Usaha Kerupuk Tempe Ibu Yusnita). Jurnal S.Pertanian, 1(1), 48–62.
- Abadi, S. (2018). Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar 2018 .
- Colin Coulson-Thomson. 1999. „Public Relations, Pedoman Praktis Untuk Pr“ (Terjemahan). Bumi Aksara, Jakarta.
- Dr.Ir. Hj. Nataliningsih, Mp, Dr. Gijanto Purbo Suseno, Se, Ms, & Ir. Karyana Ks, Ms(Nd). Manajemen Strategi Agribisnis .
- Davis, H.J. And R.A. Golberg. 1957. A Concept Of Agribusiness. Harvard Graduateschool Of Business Administration. Boston, Massachusets.
- Downey, W. David And Steven, P. Erickson. 1987. „Agribusiness Management“. Mc Graw- Hill Book Company, New York, Second Edition.
- Ermayanti, D. (2018). Keragaan Sistem Agribisnis Komoditas Okra. Repositori Unsil, 5–18. [Http://Repositori.Unsil.Ac.Id/63/](http://Repositori.Unsil.Ac.Id/63/)
- Falcon, Dv (1967). Strategi Pengembangan Agribisnis Rosela (Hibiscus Sabdariffa L) Di Kabupaten Tulungagung. Gastronomica Ecuatoriana Dan Turismo Lokal. , 1 (69), 5–24.
- Febrianti, T., & Irianti, Ef (2018). Strategi Pengembangan Agribisnis Di Kawasan Agropolitan Kabupaten Garut. Jurnal Terintegrasi Agribisnis , 11 (1), 38. <https://doi.org/10.33512/Jat.V11i1.5083>
- Febrianti1, T., & Efita Fitri Irianti2. (2003). Strategi Pengembangan Agribisnis Di Kawasan Agropolitan Kabupaten Garut . 19790620.

- Falcon, Dv (1967). Strategi Pengembangan Agribisnis Rosela (*Hibiscuss Sabdariffa L*) Di Kabupaten Tulungagung. *Gastronomia Ecuatoriana Dan Turismo Lokal* . 1 (69), 5–24.
- Febrianti1, T., & Efita Fitri Irianti2. (2003). Strategi Pengembangan Agribisnis Di Kawasan Agropolitan Kabupaten Garut . 19790620.
- Feryanto W.K. (2010) Peranan Agribisnis Dalam Pembangunan Pertanian Dan Ekonomi. Herdiana, E. (2009) Analisis Jalur Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ketahanan Pangan Rumah Tangga Di Kabupaten Lebak Provinsi Banten.
- Febrianti, T., & Irianti, Ef (2018). Strategi Pengembangan Agrobisnis Di Kawasan Agropolitan Kabupaten Garut. *Jurnal Terintegrasi Agribisnis* , 11 (1), 38. <https://doi.org/10.33512/Jat.V11i1.5083>
- Falcon, V. (1967). Subsistem Pemasaran Agribisnis. 1(69), 5–24.
- Hermawan, H., & Andrianyta, H. (2016). Agribusiness Micro Finance: Strengthening Rural Agricultural Institution And Finance. *Analisis Kebijakan Pertanian*, 10(2), 143.
- Hastuti, D. R. D. (2017). *Ekonomi Agribisnis*.
- Harlan, F. B., Wirawan, A., & Maulida, N. A. (2020). Analisis Swot Tentang Strategi Pemasaran Agribisnis Di Pulau Setokok (Studi Kasus Komoditas Semangka). *Jurnal Agrisepe: Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 20(01), 69–80. <https://doi.org/10.31186/Jagrisepe.20.01.69-80>
- Kecamatan, M., & Kabupaten, T. (2013). Strategi Pengembangan Agribisnis Puring Di Desa Petiga Kecamatan Marga Kabupaten Tabanan Strategi Pengembangan Agribisnis Puring Di Desa Petiga, *Pendahuluan* . 1 (2), 67– 75.
- Karmini. (2020). *Dasar Agribisnis* . <https://kitamenulis.id/2020/12/23/dasar-dasar-agribusiness>.
- Kusnandar, K., Padmaningrum, D., Rahayu, W., & Wibowo, A. (2013). Rancang Bangun Model Kelembagaan Agribisnis Padi Organik Dalam Mendukung Ketahanan Pangan. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi Dan Pembangunan*, 14(1), 92.
- Koerniawati, A. (2012). Lembaga, Saluran Dan Fungsi Pemasaran Dalam Tataniaga Agroproduk. *Agroniaga*, 29–36. <http://www.tatiek.lecture.ub.ac.id/files/2012/11/bab3.pdf>

- Kartina. (2018a). Peran Lembaga Agribisnis Pada Subsistem Hulu Tanaman Hortikultura Di Desa Bontomarannu Kecamatan Uluere Kabupaten Bantaeng. Peran Lembaga Agribisnis Pada Subsistem Hulu Tanaman Hortikultura Di Desa Bontomarannu Kecamatan Uluere Kabupaten Bantaeng, 1–6.
- Kartina. (2018b). Peran Lembaga Agribisnis Pada Subsistem Hulu Tanaman Hortikultura Di Desa Bontomarannu Kecamatan Uluere Kabupaten Bantaeng. In Peran Lembaga Agribisnis Pada Subsistem Hulu Tanaman Hortikultura Di Desa Bontomarannu Kecamatan Uluere Kabupaten Bantaeng.
- Luila, V., & Haryadi, B. (2013). Pengembangan Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia Di Pt Ageless Aesthetic Clinic. *Agora*, 1 (3), 2. <https://Media.Neliti.Com/Media/Publications/35897-Id-Pengembangan-Function-Manajemen-Source-Human-Pada-Pt-Ageless-Aesthetic-Clin.Pdf>
- M. (2013). Kajian Subsistem Penunjang Agribisnis Karet Di Jambi. Prosiding Seminar Penelitian Unggulan Departemen Agribisnis, 41–60.
- Marina, I., & Yulistia, I. (2015). Strategi Pengembangan Agribisnis Hasil Pertanian Melalui Inovasi Dan Kreativitas Menjadi Produk Unggul Di Smk Negeri 1 Pacet Kabupaten Cianjur. *Perpustakaan Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Wawasan Agribisnis*, 1 (1), 45–54.
- Nursin Wakano, Agustus E. Pattiselanno, Rk (2013). Hubungan Kompetensi Sumber Daya Manusia Dengan Kinerja Karyawan Pada Pt. Wahana Resources (Sdw) Di Kecamatan Seram Utara, Kabupaten Maluku Tengah. 1 (Januari), 57–67.
- Nuraini, C., Masyhuri, M., Jamhari, J., & Hadi Darwanto, D. (2016). Model Kelembagaan Pada Agribisnis Padi Organik Kabupaten Tasikmalaya. *Agraris: Journal Of Agribusiness And Rural Development Research*, 2(1), 9–16. <https://doi.org/10.18196/Agri.2121>
- Nasrudin, W. (2010). Arti, Ruang Lingkup, Peranan, Fungsi Dan Pendekatan Studi, Serta Karakteristik Produk Dan Produksi Pertanian. Modul 1, 1–49.

- Nina Sawitri, Hemeria, S. Z. (2019). Analisis Pemasaran Kelapa Dan Produk Turunannya Di Desa Pelanduk Kecamatan Mandah Kabupaten Indragiri Hilir. *Jurnal Agribisnis Unisi*, 8(1), 1–15.
- Oktoyoki, H., Parmudya, Fn, & Yulisa, Tas (2019). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Agribisnis Berdaya Saing Di Kabupaten Rejang Lebong. *Jurnal Mapetari*, 4(1). <https://scholar.archive.org/work/holclskwvzdgpn45gbgvjwotg4/access/wayback/ck/http://journal.stiperrl.ac.id/index.php/mapetari/article/download/7/4>
- Onong Uchjana Effendi. 1993. „Human Raltions And Public Relations“. Penerbit Mandarmaju, Bandung.
- Pengembangan, S., Tani, U., Jalar, Ubi, & Agribisnis, B. (2015). Strategi Pengembangan Usaha Manis Berbasis Agribisnis (Studi Kasus Di Kecamatan Polombangkeng Utara Kabupaten Takalar).
- Padmaningrum, D., Rahayu, W., & Agung Wibowo, Dan. (2013). Membangun Sistem Agribisnis. *Student.Mma.Ipb.Ac.Id*, 14(1), 92–101. [http://student.mma.ipb.ac.id/uploads/file/2012/membangun\\_sistem\\_agribisnis.pdf](http://student.mma.ipb.ac.id/uploads/file/2012/membangun_sistem_agribisnis.pdf)
- Purwantini, T. B., & Sejati, W. K. (2013). Peran Kelembagaan Agribisnis Penunjang Dalam Usaha Tani Padi. *Pusat Sosial Ekonomi Dan Kebijakan Pertanian*, 455– 471.
- Permana, Sa (2015). Seminar Nasional Universitas Pgri Yogyakarta 2015. Prosiding Seminar Nasional Universitas Pgri Yogyakarta , 1 – 11 (C), 318– 322. <https://core.ac.uk/download/pdf/53060575.pdf>
- Pertiwi, R. (2019). Strategi Pemasaran Produk Beras Pada Pt. Petani (Persero) Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Di [Digilibadmin.Unismuh.Ac.Id](http://digilibadmin.unismuh.ac.id) . [https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/8140-Full\\_Text.Pdf](https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/8140-Full_Text.Pdf)
- Putra, Dwi, Dan, D., Gede, Id, & Sarjana, R. (2006). Strategi Membangun Sinergi Sub Terminal Pertanian (Sta) Di Provinsi Bali 1 Latar Belakang Upaya Pemerintah Mengembangkan Kelembagaan Pemasaran Di Tingkat Basis Produksi Yang Tersebar Di Seluruh Kabupaten Di Provinsi Bali Telah Menciptakan Iklim Yang Kondusif . 1–12.

- Ratna Winandi Asmarantaka, Juniar Atmakusuma, Yanti N Muflikh, N. R. (2017). Konsep Pemasaran Agribisnis : Pendekatan Ekonomi Dan Manajemen. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 5(2), 143–164.
- Saragih, Bungaran. 1998. “Kumpulan Pemikiran Agribisnis: Paradigma Baru Pembangunan Ekonomi Berbasis Pertanian”. Yayasan Persada Mulia Indonesia.
- Soekarno, Sd. 1996. „Public Relations, Penger Tian Fungsi Dan Peranannya“. Penerbit Cv.Papiries, Surabaya
- Sjh, 2010. (2013). Manajemen Sumber Daya Manusia. *Jurnal Informasi Dan Pemodelan Kimia* , 53 (9), 1689–1699.
- Sadikin, I., Nur, R., Dan, S., & Suradistra, K. (N.D.). Kajian Kelembagaan Agribisnis Dalam Mendukung Pengembangan Sistem Usaha Pertanian Berbasis Agroekosistem. 1992, 1–15.
- Sri Wahyuningsih. (2007). Pengembangan Agribisnis Ditinjau Dari Kelembagaan. 7(3), 213–221.
- Suparta, N. (1995). Penyuluhan Sistem Agribisnis Suatu Pendekatan Holistik. 1966, 1– 16.
- Suyono. (2010). Peran Pemasaran Dalam Pengembangan Agribisnis Beras Organik Di Kabupaten Banyumas. 1, 1–11.
- Syahza, A. (N.D.). Model Pemasaran Produk Pertanian Berbasis Agribisnis Sebagai Upaya Percepatan Pertumbuhan Ekonomi Pedesaan. 1–12.
- Siadari, U., Jamhari, J., & Masyhuri, M. (2020). Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Arabika Di Kabupaten Simalungun. *Jurnal Kawistara* , 10 (1), 32. <https://doi.org/10.22146/Kawistara.41703>
- Suparta, In, Parimarta, Ikw, & Suciani, Iwsdan (Nd). Strategi Pengembangan Agribisnis Lemak  $Lq = Vi / Vt$  . 84–88.
- Suminartika, E., & Djuanalina, I. (2017). Efisiensi Pemasaran Beras Di Kabupaten Ciamis Dan Jawa Barat. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 3(1), 13–28. <https://doi.org/10.25157/Ma.V3i1.72>
- Rachmawati, K.D. (2010) Peran Profesi Ekonomi Pertanian Spesialisasi Agribisnis Dalam Pembangunan Pertanian Di Indonesia, Ipb, Bogor.
- Rahman, A.Z. (2010) Kaitan Pembangunan Pertanian Melalui Agribisnis Dengan Ketahanan Pangan Indonesia. Ipb, Bogor.

- Saragih, B. (2010) Refleksi Kritis Pengembangan Dan Kontribusi Pemikiran Agribisnis Terhadap Pembangunan Pertanian Indonesia.
- Suradisastra, K. (2006) “Revitalisasi Kelembagaan Untuk Percepatan Pembangunan Sektor Pertanian Dalam Otonomi Daerah”, Analisis Kebijakan Pertanian . Vol. 4, No 4.
- Suryanto (2004) Peran Usahatani Ternak Ruminansia Dalam Pembangunan Agribisnis Berwawasan Lingkungan. Pidato Pengukuhan Guru Besar, 6 Oktober 2004. Undip, Semarang.
- Tedjaningsih, T., Suyudi, S., & Nuryaman, H. (2018). Peran Kelembagaan Dalam Pengembangan Agribisnis Mendong. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 4(2), 210. <https://doi.org/10.25157/ma.v4i2.898>
- Thanthirige, P., Shanaka, R., Dari, A., Berkontribusi, F., Waktu, Untuk, Dari, O., Shehzad, A., & Keluarga, Dd (2016). Strategi Pengembangan
- Ustriyana, I. N. G. (2017). Pemasaran Agribisnis. Modul Praktikum-1, 1(1), 1–14.
- Wahyuningsih, S. (2007). Pengembangan Agribisnis Ditinjau Dari Kelembagaan. *Pengembangan Agribisnis*, 3(1), 9–20.



Dalam era yang semakin kompleks dan dinamis ini, manajemen yang efektif menjadi kunci keberhasilan dalam mengelola usaha agribisnis. Manajemen Agribisnis dirancang untuk menjadi panduan yang berguna bagi para pemilik usaha agribisnis, manajer, dan praktisi di bidang ini.

Buku manajemen Agribisnis menyajikan konsep dan prinsip-prinsip manajemen yang relevan dengan sektor pertanian dan bisnis.

Ditujukan untuk menjadi sumber daya penting bagi akademisi, dosen, dan peneliti, buku ini menggabungkan teori dan praktik dalam sebuah panduan yang komprehensif. Dengan demikian, pembaca akan dapat mengaplikasikan konsep-konsep manajemen yang efektif untuk mengoptimalkan kinerja agribisnis, meningkatkan daya saing, dan menghadapi tantangan masa depan.



CV. Tahta Media Group  
Surakarta, Jawa Tengah  
Web : [www.tahtamedia.com](http://www.tahtamedia.com)  
Ig : tahtamedia group  
Telp/WA : +62 896-5427-3996

ISBN 978-623-147-059-1 (PDF)



9 786231 470591