

# MEMBANGUN AGRIBISNIS HORTIKULTURA TERINTEGRASI DENGAN BASIS KAWASAN PASAR

**Bambang Irawan**

*Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian  
Jl. A. Yani No. 70 Bogor 16161*

## ABSTRACT

In general, horticultural agribusiness particularly vegetables area characterized by four major conditions : (1) farmer produces the products for market orientation, (2) producer regions are concentrated in certain districts or sub-districts, (3) high fluctuation of product prices result from desynchronized of supply among producer regions, and (4) structure of agribusiness is dispersal, in other word, low institutional relationship among components of agribusiness. Under such conditions, development of horticultural agribusiness should be carried out by implementation of system approach in order to increase competitiveness of horticultural agribusiness. In this context two efforts required are : (1) promoting vertically integrated agribusiness through the development of partnership business among input traders-farmers-output traders, and (2) promoting regionally integrated production of producer districts having the same target of consumer regions. The two efforts are important to reduce fluctuation of products prices and to increase efficiency of resources allocation of each producer regions. In this relation, stakeholders groups functioned as supply regulator accros producer regions should be developed.

**Key words** : *horticulture, competitiveness, integrated agribusiness, vertical integration, regional integration.*

## ABSTRAK

Secara umum, agribisnis hortikultura khususnya sayur-sayuran dicirikan oleh empat kondisi: (1) petani memproduksi untuk orientasi pasar; (2) wilayah produksi terkonsentrasi pada kabupaten-kabupaten atau kecamatan-kecamatan tertentu; (3) fluktuasi harga produksi yang tinggi disebabkan ketidaksinkronan suplay antar wilayah produksi; dan (4) struktur agribisnis yang tersekat-sekat, yang tampak dari hubungan kelembagaan yang lemah antar komponen agribisnisnya. Dalam kondisi demikian, pengembangan agribisnis hortikultura harus dilakukan dengan mengimplementasikan suatu pendekatan sistem sebagai upaya untuk meningkatkan daya saingnya. Dalam konteks ini dibutuhkan dua hal : (1) meningkatkan integrasi vertikal agribisnis melalui pengembangan kemitraan bisnis antara pedagang input-petani-pedagang output, serta (2) meningkatkan integrasi secara regional antar produsen pada wilayah-wilayah yang memiliki tujuan pasar yang sama. Kedua usaha tersebut berguna untuk mengurangi fluktuasi harga produk dan untuk meningkatkan efisiensi alokasi sumberdaya dari masing-masing wilayah sentra produksi. Dalam kaitan ini, perlu dikembangkan peranan kelompok-kelompok kepentingan (*stakeholders*) sebagai pengendali suplay antar wilayah sentra produksi.

**Kata kunci** : *hortikultura, daya saing, agribisnis terpadu, integrasi vertikal, integrasi regional*

## PENDAHULUAN

Selama 20 tahun terakhir, pangsa nilai impor sayur dan buah terhadap nilai impor bahan pangan dalam perdagangan dunia terus mengalami peningkatan dari 13,4 persen pada tahun 1980 menjadi 26,1 persen tahun 1999 (Irawan, 2003). Hal tersebut menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi dunia cenderung diikuti dengan peningkatan perdagangan produk hortikultura pada laju peningkatan yang

lebih besar dibandingkan produk pangan lainnya. Kecenderungan demikian dapat terjadi akibat tiga faktor yaitu : (1) Dengan alasan kesehatan, maka konsumsi pangan cenderung bergeser kepada bahan pangan non kolesterol, terutama di negara-negara maju, (2) Perdagangan produk pangan yang berasal dari komoditas hortikultura semakin beragam jenisnya akibat proses pengolahan, dan (3) Sejalan dengan pertumbuhan ekonomi, konsumsi pangan cenderung bergeser ke produk pangan dengan elastisitas pendapatan relatif besar seperti produk hortikultura.

Untuk mencapai kecukupan konsumsi pangan dengan komposisi gizi berimbang, FAO memperkirakan bahwa konsumsi sayur dan buah bagi penduduk Indonesia seyogyanya sekitar 65 kg/kapita/tahun. Sementara data SUSENAS tahun 1999 menunjukkan bahwa rata-rata nasional konsumsi sayur dan buah mencapai sekitar 60 persen dari tingkat konsumsi yang ideal menurut norma gizi. Sejalan dengan pertumbuhan jumlah penduduk, peningkatan pendapatan rumah tangga dan membaiknya kesadaran masyarakat tentang gizi; kebutuhan sayur dan buah di masa mendatang diperkirakan akan terus mengalami peningkatan.

Fakta di atas menunjukkan bahwa peluang pasar produk hortikultura akan semakin besar di masa mendatang, baik di pasar dunia maupun dalam negeri. Selama ini Indonesia memang telah mampu memanfaatkan sebagian peluang pasar tersebut sehingga neraca perdagangan hortikultura (sayuran dan buah) masih mengalami surplus. Namun surplus perdagangan tersebut dari tahun ke tahun cenderung turun, hal ini ditunjukkan oleh rasio nilai impor produk hortikultura terhadap nilai ekspor yang mengalami kenaikan dari 0,27 (1985-1990) menjadi 0,70 (1995-1999) (Irawan *et al.*, 2001). Penurunan surplus perdagangan tersebut dapat terjadi akibat daya saing produk hortikultura dewasa ini semakin lemah dibandingkan negara lain. Gejala ini terutama terlihat pada komoditas sayuran, dimana nilai impor sayuran pada selang waktu 1995-2000 sekitar 4 kali nilai ekspor, sedangkan kuantitas impor sekitar 2,5 kali kuantitas ekspor.

Dalam rangka memenuhi kebutuhan pasar domestik dan memanfaatkan peluang pasar dunia, maka pengembangan komoditas hortikultura merupakan upaya yang perlu ditempuh. Permasalahannya adalah bagaimana strategi yang perlu diterapkan dan langkah operasional apa yang diperlukan dalam mengembangkan komoditas tersebut. Aspek ini seyogyanya dikaji secara hati-hati agar kegiatan pengembangan yang dilakukan tidak menimbulkan pemborosan dan efektif dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Pada intinya strategi dan langkah operasional yang ditempuh haruslah merupakan jawaban atas permasalahan dan tantangan yang dihadapi dalam mengembangkan komoditas tersebut. Sedangkan permasalahan yang muncul dapat

bersumber dari perubahan lingkungan strategis maupun karakteristik spesifik yang melekat pada agribisnis hortikultura.

## **TANTANGAN DAN MASALAH DALAM PENGEMBANGAN AGRIBISNIS HORTIKULTURA**

### **Perubahan Lingkungan Strategis**

Dewasa ini semakin terasa bahwa arus globalisasi berkembang semakin kuat di seluruh negara, terutama yang didorong oleh revolusi teknologi telekomunikasi, transportasi dan deregulasi perdagangan antar negara dalam naungan kesepakatan GATT. Globalisasi ekonomi adalah suatu proses yang menyebabkan semakin terintegrasinya perekonomian suatu negara dengan perekonomian dunia. Pembentukan harga komoditas di setiap negara semakin terintegrasi dengan harga dunia, dan preferensi konsumen di seluruh negara dalam aspek tertentu semakin mengarah kepada preferensi yang bersifat universal akibat globalisasi informasi dan liberalisasi perdagangan. Arus globalisasi tersebut tidak mungkin dihindari, dan pada gilirannya hal itu akan membawa pengaruh terhadap perkembangan agribisnis nasional dan pelaksanaan pembangunan pertanian. Dalam kaitan ini, peningkatan daya saing merupakan kata kunci agar agribisnis nasional dapat tumbuh dan berkembang. Di masa datang upaya peningkatan daya saing tersebut tidak bisa lagi mengandalkan kepada kebijakan proteksi dan insentif seperti yang seringkali dilakukan pemerintah di masa lalu.

Bersamaan dengan meningkatnya arus globalisasi ekonomi, dewasa ini juga telah terjadi perubahan sistem penyelenggaraan pemerintahan dari yang bersifat sentralistik menjadi desentralistik. Harus diakui bahwa otonomi daerah tersebut seharusnya sangat bermanfaat untuk mendorong pemerataan pembangunan antar daerah, merangsang pemanfaatan sumberdaya secara optimal dan memberi peluang semakin besar kepada setiap daerah untuk mengembangkan komoditas yang memiliki keunggulan kompetitif. Namun dalam implementasinya perlu diwaspadai pula bahwa pelaksanaan otonomi daerah juga berpotensi untuk menimbulkan disinkronisasi

pembangunan antar daerah, sehingga dapat menghambat terciptanya sinergi pembangunan. Jika setiap kabupaten memfokuskan produksinya pada komoditas yang diunggulkan, sedangkan perencanaan produksi yang dilakukan tidak disesuaikan secara lintas kabupaten, maka hal itu dapat mempercepat proses penjuanan pasar untuk komoditas yang dikembangkan. Di samping itu, pelaksanaan pembangunan nasional yang selama ini mengandalkan jalur birokrasi pusat-daerah menjadi tidak efektif lagi, karena pemerintah daerah memiliki kemandirian yang luas dalam merumuskan kebijakan pembangunan daerah.

Sejalan dengan dinamika tatanan ekonomi dan aspirasi masyarakat luas, paradigma pembangunan pertanian juga telah mengalami perubahan. Jika pada masa lalu pembangunan pertanian lebih berorientasi pada peningkatan produksi maka pembangunan pertanian di masa yang akan datang lebih berorientasi pada peningkatan pendapatan petani, peningkatan nilai tambah, dan daya saing produk pertanian. Hal ini berarti pembangunan pertanian tidak cukup hanya difokuskan pada aspek produksi tetapi harus meliputi pula aspek pengolahan dan pemasaran produk pertanian. Dalam pelaksanaan pembangunan pertanian tersebut, keterlibatan pemerintah secara langsung sejauh mungkin dihindari dan lebih mengedepankan peran swasta, sedangkan pemerintah lebih berperan sebagai fasilitator pembangunan.

Pembangunan agribisnis hortikultura merupakan bagian integral dari pembangunan pertanian khususnya untuk komoditas hortikultura. Mencermati perubahan fundamental seperti diuraikan di atas, maka pembangunan agribisnis hortikultura pada pelaksanaannya seyogyanya memiliki tiga sifat yaitu: (1) kegiatan pembangunan yang dilakukan ditujukan untuk peningkatan pendapatan petani, peningkatan daya saing dan nilai tambah produk hortikultura, (2) proses pembangunan yang berlangsung lebih mengedepankan peran swasta daripada keterlibatan pemerintah secara langsung, dan (3) proses yang berlangsung mengarah kepada terciptanya sinergi pembangunan antar daerah, paling tidak untuk daerah-daerah atau provinsi yang dilibatkan dalam pengembangan komoditas hortikultura.

## **Permasalahan Intrinsik Pada Agribisnis Hortikultura**

Dibandingkan dengan komoditas pangan lainnya, agribisnis hortikultura memiliki beberapa sifat khusus. Konsekuensinya adalah permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan agribisnis hortikultura agak berbeda dengan komoditas pangan lainnya. Kondisi demikian menyebabkan upaya pengembangan agribisnis hortikultura seyogyanya dilakukan dengan pendekatan yang spesifik pula. Beberapa permasalahan intrinsik (bawaan) yang melekat pada agribisnis hortikultura secara ringkas dapat digambarkan sebagai berikut :

- (1) Preferensi konsumen dalam membeli produk hortikultura, terutama sayur dan buah, secara umum lebih tinggi untuk produk segar karena dinilai memiliki nilai gizi yang lebih baik. Namun produk hortikultura pada umumnya justru relatif cepat mengalami kebusukan, karena itu setelah dipanen produk hortikultura memerlukan penanganan secara cepat untuk disalurkan kepada konsumen. Jika tidak, maka akan terjadi penurunan harga akibat penurunan kesegaran atau mutu produk yang dijual. Oleh karena itulah harga sayuran di tingkat petani sangat fluktuatif dalam jangka waktu yang sangat pendek, harian atau antara pagi dan sore hari akibat penurunan kualitas produk yang dipasarkan. Untuk mengatasi permasalahan ini, petani biasanya menggunakan bahan kimia walaupun akan mengurangi nilai higienis produk yang dipasarkan.
- (2) Untuk mengurangi resiko penerimaan akibat fluktuasi harga dan kegagalan panen, maka di tingkat petani komoditas sayuran umumnya diusahakan secara tumpang sari. Pola usahatani demikian menyebabkan organisme pengganggu tanaman (OPT) sayuran umumnya lebih beragam dibandingkan komoditas pangan lain. Adiyoga dan Hardjanto (1996) mengungkapkan bahwa terdapat 11 jenis hama dan penyakit pada usahatani cabai. Irawan *et al.* (2001) menemukan adanya 8 hingga 13 jenis OPT pada komoditas kentang, kubis, cabai, dan bawang merah. Untuk mengatasi gangguan OPT

tersebut petani pada umumnya menggunakan pestisida secara intensif, sehingga residu pestisida pada komoditas sayuran relatif tinggi. Hal ini merupakan salah satu faktor penghambat dalam mendorong peningkatan ekspor sayuran.

- (3) Produksi hortikultura umumnya terkonsentrasi di daerah-daerah tertentu. Kondisi demikian merupakan suatu proses historis yang secara umum melibatkan aspek agroklimat dan kondisi sosial ekonomi petani di daerah bersangkutan. Di kabupaten produsen kentang misalnya, hanya beberapa kecamatan saja yang menghasilkan kentang. Konsentrasi produksi menurut daerah juga terjadi bila dikaji menurut provinsi, sedangkan kebutuhan konsumsi terjadi pada seluruh provinsi. Dengan kata lain, beberapa provinsi penghasil hortikultura harus melayani kebutuhan hortikultura di seluruh provinsi. Konsekuensinya, jika terjadi gangguan produksi pada salah satu kabupaten atau kecamatan produsen maka hal itu akan memberikan dampak cukup besar terhadap harga produk. Dampak lainnya adalah biaya tata niaga produk hortikultura dari daerah produsen kepada konsumen menjadi semakin mahal.
- (4) Pasar produk hortikultura membentuk segmen-segmen pasar yang spesifik menurut daerah dan kelompok konsumen akibat jenis komoditas dan preferensi konsumen yang beragam. Besarnya volume permintaan pada setiap segmen pasar seharusnya menjadi acuan bagi petani dalam merencanakan jenis komoditas dan banyaknya produksi yang harus dihasilkan menurut kualitasnya. Dengan kata lain informasi tentang segmen pasar yang menyangkut jenis komoditas, lokasi pasar, volume permintaan, dan kualifikasi mutu yang dibutuhkan konsumen sangat diperlukan petani untuk merencanakan produksinya. Namun informasi ini pada umumnya masih sulit diperoleh petani karena belum ada lembaga tertentu yang mengumpulkan dan mensosialisasikannya secara efektif kepada petani.
- (5) Usaha hortikultura yang dilakukan petani umumnya berorientasi pasar, bukan subsisten. Sementara spektrum jenis komodi-

tas yang dapat diusahakan pada lahan petani relatif luas, terutama untuk komoditas sayuran. Hal ini berarti petani harus mampu "membaca dinamika pasar" dengan baik agar mereka dapat memanfaatkan sumberdaya yang dimiliki secara optimal dan memaksimalkan keuntungan yang diperoleh dari kegiatan usahatani. Dalam kaitan ini maka jenis informasi yang dibutuhkan petani adalah "future price" untuk setiap jenis komoditas yang akan dikembangkan. Namun informasi tersebut sulit diperoleh petani karena belum ada lembaga formal yang mendukung petani dalam menangani masalah tersebut. Petugas penyuluh pertanian yang dianggap sebagai ujung tombak dalam membantu petani, sejauh ini hanya mampu memberikan informasi teknologi, bukan informasi pasar.

- (6) Sifat usahatani hortikultura yang berorientasi pasar menyebabkan petani hortikultura, terutama sayuran, lebih kreatif dibandingkan petani tanaman pangan lainnya. Kondisi demikian menyebabkan petani sayuran pada umumnya lebih mandiri dalam mengadopsi dan mengembangkan teknologi usahatani yang dibutuhkan. Kemandirian tersebut memang sangat berguna jika didukung dengan wawasan pengetahuan yang luas dan informasi teknologi yang akurat. Tetapi sifat tersebut juga dapat berdampak negatif terhadap proses sosialisasi teknologi yang dilakukan oleh petugas penyuluh, jika teknologi yang dianjurkan penyuluh relatif tertinggal dibandingkan teknologi yang diterapkan petani.
- (7) Sifat usaha petani yang berorientasi pasar menyebabkan stabilitas harga output akan sangat berpengaruh terhadap resiko usaha yang dihadapi petani. Beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa harga produk hortikultura, terutama sayuran, sangat fluktuatif sehingga ketidakpastian penerimaan petani relatif tinggi (Sudaryanto *et al.*, 1993; Hutabarat, 1999; Irawan *et al.*, 2001). Konsekuensinya adalah kemampuan pemupukan modal oleh petani sangat terbatas sehingga kemampuan petani untuk memperluas usahanya akan terbatas pula, padahal kebutuhan modal untuk *tradeable input*

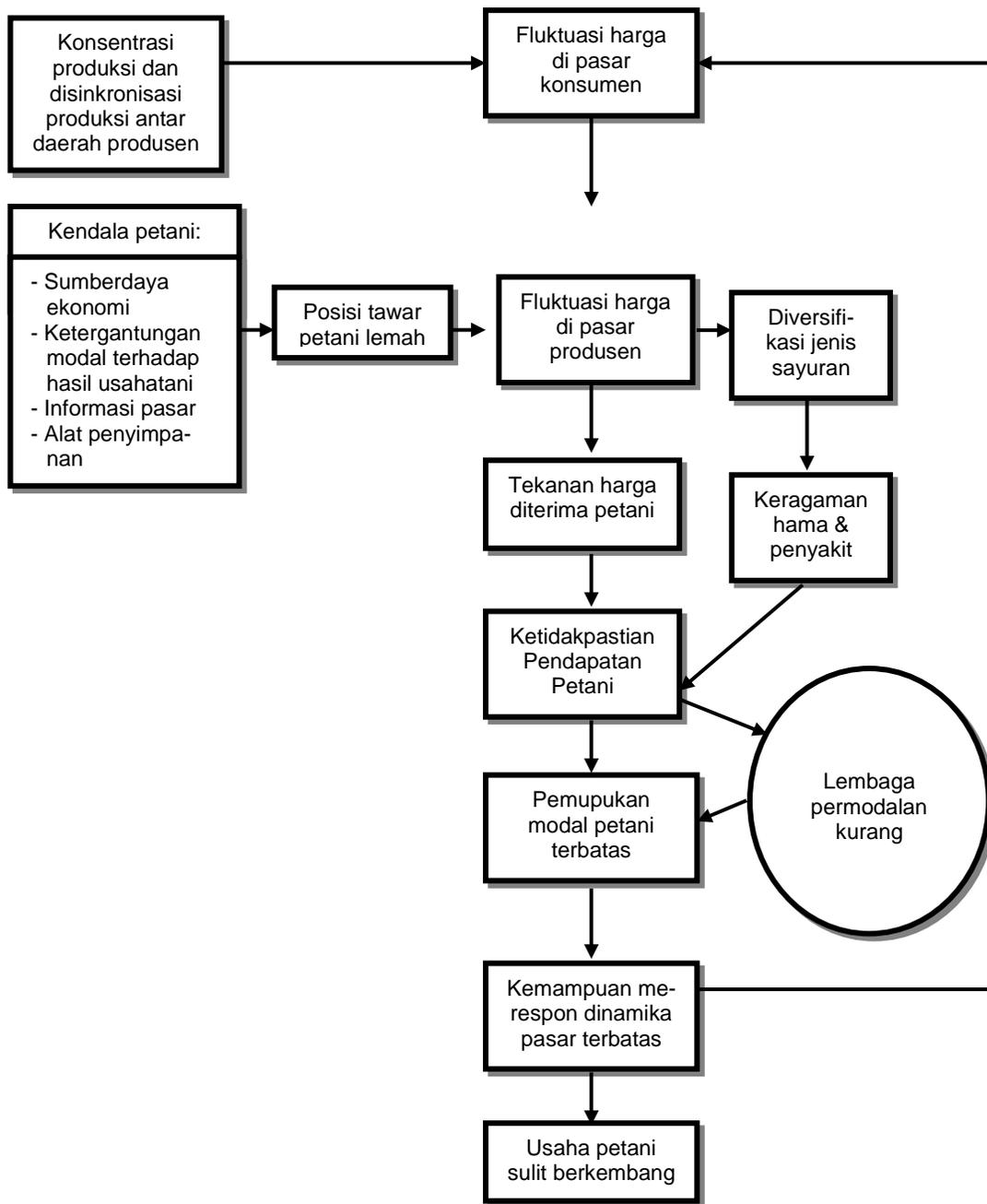
pada usahatani sayuran relatif tinggi. Sementara itu, lembaga permodalan yang diharapkan dapat membantu petani secara umum justru kurang tertarik pula pada usahatani sayuran akibat resiko pengembalian pinjaman yang relatif tinggi, terkait dengan ketidakpastian penerimaan petani. Oleh karena itu dapat dipahami jika banyak petani sayuran yang mendapatkan pinjaman modal dari pedagang (Sudaryanto dan Pasandaran, 1993). Kondisi demikian dapat memperlemah posisi tawar petani dalam penentuan harga sayuran.

- (8) Fluktuasi harga produk hortikultura, utamanya sayuran, relatif tinggi. Kondisi demikian pada dasarnya terjadi akibat kelebihan atau kekurangan penawaran dibandingkan dengan permintaan. Fluktuasi harga tersebut umumnya disebabkan oleh dissinkronisasi perencanaan produksi antar daerah produsen. Faktor lain yang dapat berperan adalah terbatasnya peralatan penyimpanan yang mampu mengendalikan volume penawaran, sesuai dengan kebutuhan konsumen. Fluktuasi harga tersebut seringkali lebih merugikan petani daripada pedagang, karena petani memiliki posisi tawar yang lebih lemah. Oleh karena itu dapat dipahami jika keuntungan pedagang dalam tata niaga sayuran relatif tinggi, berkisar antara 14 persen hingga 50 persen dari harga di tingkat konsumen (Sudaryanto *et al.*, 1993; Adiyoga dan Hardjanto, 1996).
- (9) Sebagian besar modal yang digunakan petani dialokasikan untuk *tradeable input* (Saptana *et al.*, 2001; Irawan, 2001). Hal ini berarti ketergantungan petani terhadap pelaku agribisnis di bidang sarana produksi relatif tinggi. Dalam rangka peningkatan produktivitas usaha tani, maka pengadaan bibit unggul dengan harga yang terjangkau petani merupakan langkah penting, karena hal itu sangat menentukan kapasitas produksi yang dapat dihasilkan. Dalam kaitan ini ada dua aspek yang terkait, yaitu aspek pemuliaan varietas unggul dan aspek produksi dan distribusi benih unggul yang dikembangkan. Secara umum aspek produksi dan distribusi lebih menonjol

yang ditunjukkan oleh mahalnnya harga benih yang dipasarkan oleh produsen benih.

- (10) Sebagian besar nilai tambah kegiatan agribisnis dinikmati oleh industri hulu dan industri hilir, bukan dinikmati oleh petani (Saragih, 1994; Simatupang, 1999). Gejala demikian lebih kuat terjadi pada komoditas hortikultura akibat sifat usaha petani yang berorientasi pasar dan posisi tawar petani yang lemah. Hal ini berarti pembangunan agribisnis yang difokuskan pada aspek produksi hanya akan memberikan manfaat lebih besar pada industri hulu dan industri hilir. Dengan kata lain penekanan pembangunan pada aspek produksi tidak kondusif bagi pemerataan pendapatan di antara pelaku agribisnis.
- (11) Pasar produk yang semakin luas merupakan umpan balik dalam mendorong perkembangan agribisnis hortikultura. Perluasan pasar tersebut dapat terjadi akibat peningkatan konsumsi per kapita. Peningkatan konsumsi sayur dan buah juga penting untuk mencapai tingkat konsumsi pangan yang ideal menurut norma gizi. Namun preferensi masyarakat terhadap sayur dan buah masih relatif rendah dibandingkan bahan pangan lain terutama bahan pangan hewani.

Uraian di atas memberikan gambaran bahwa permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan agribisnis sayuran relatif kompleks. Namun permasalahan tersebut sebenarnya saling terkait dan membentuk lingkaran permasalahan seperti diperlihatkan dalam Bagan 1. Tampak bahwa kompleksitas permasalahan dalam pengembangan agribisnis sayuran sebenarnya diawali dari konsentrasi produksi dan dissinkronisasi waktu produksi antar daerah produsen, sehingga pada saat-saat tertentu terjadi kelebihan/kekurangan pasokan yang selanjutnya menyebabkan harga produk di pasar konsumen berfluktuasi. Fluktuasi harga tersebut akan diteruskan oleh pedagang ke daerah produsen sehingga harga produk di pasar produsen juga berfluktuasi. Akibat posisi tawar petani yang lemah, terkait dengan berbagai kendala yang dihadapi, maka proses transmisi harga tersebut bersifat asimetri dimana penurunan harga konsumen diteruskan kepada petani secara



Bagan 1. Rangkaian Permasalahan pada Pengembangan Agribisnis Hortikultura

cepat dan sempurna, sebaliknya kenaikan harga diteruskan secara lambat dan tidak sempurna. Konsekuensinya adalah petani seringkali mengalami tekanan harga dan ketidakpastian pendapatan petani relatif tinggi akibat fluktuasi harga yang tinggi. Ketidakpastian pendapatan tersebut dipengaruhi pula oleh

resiko produksi yang juga tinggi akibat hama penyakit, terutama pada usahatani sayuran.

Ketidakpastian pendapatan petani menyebabkan petani sulit melakukan pemupukan modal, padahal kebutuhan modal pada usaha hortikultura relatif tinggi. Pada sisi lain, kondisi

tersebut menyebabkan lembaga permodalan kurang tertarik menyalurkan kredit untuk usaha hortikultura akibat kebutuhan kredit yang relatif besar sementara kepastian kemampuan petani mengembalikan kreditnya relatif rendah, terkait dengan fluktuasi harga. Aksesibilitas petani yang rendah terhadap informasi pasar menyebabkan petani tidak mampu merespon dinamika pasar secara efektif, sehingga seringkali terjadi kelebihan atau kekurangan pasokan yang membawa kepada fluktuasi harga di pasar konsumen. Lingkaran permasalahan tersebut pada akhirnya menyebabkan usaha petani sulit berkembang. Petani tidak mampu mengadopsi teknologi baru seperti penggunaan bibit unggul karena memerlukan tambahan biaya produksi yang relatif tinggi. Namun kalaupun suntikan modal diberikan kepada petani, maka hal itu belum dapat menjamin adopsi teknologi secara berkelanjutan jika kepastian pendapatan petani relatif rendah. Suntikan modal kepada petani atau inovasi teknologi usahatani bahkan akan menguntungkan pedagang, karena sebagian besar nilai tambah agribisnis hortikultura dinikmati oleh pedagang.

Rangkaian permasalahan di atas memperlihatkan bahwa hambatan utama dalam pengembangan agribisnis sayuran terletak pada aspek di luar usahatani (*off-farm*) daripada aspek usahatani (*on-farm*). Oleh karena itu kebijakan pembangunan sayuran yang difokuskan pada aspek produksi belum tentu mampu mendorong pertumbuhan agribisnis sayuran secara berkelanjutan selama permasalahan *off-farm* belum dapat diatasi. Kebijakan yang difokuskan pada aspek produksi bahkan hanya menguntungkan pelaku agribisnis hulu dan hilir karena sebagian besar nilai tambah agribisnis dinikmati oleh mereka. Dalam rangka meningkatkan pendapatan petani dan mendorong perkembangan agribisnis sayuran maka kebijakan pembangunan ke depan seyogyanya lebih difokuskan pada aspek *off-farm* daripada aspek *on-farm*. Dalam kaitan ini, kebijakan pembangunan seyogyanya lebih diarahkan pada upaya stabilisasi harga, karena instabilisasi harga merupakan sumber permasalahan yang menimbulkan dampak luas. Pengalaman pada masa puncak krisis ekonomi telah membuktikan hal tersebut, dimana penyaluran kredit usahatani sayuran sekitar Rp 800 milyar pada tahun 1999 tidak

mampu mendorong peningkatan produksi sayuran secara berkelanjutan akibat instabilitas harga sayuran. Akibat penyaluran kredit tersebut produksi sayuran pada tahun 1999 naik sebesar 3,2 persen tetapi pada tahun 2000 mengalami penurunan sebesar 6,6 persen karena anjloknya harga sayuran terutama cabai dan bawang merah (Irawan, 2003).

## STRATEGI PENGEMBANGAN AGRIBISNIS HORTIKULTURA

### Spesialisasi Produksi dan Zonasi Kawasan Pengembangan

Spektrum komoditas sayuran yang dapat dikembangkan di setiap kabupaten produsen sayuran umumnya relatif luas. Begitu pula halnya dengan kebutuhan konsumsi sayuran di setiap kabupaten yang sangat beragam menurut jenis komoditas, kualitas dan segmen pasar. Pada masa otonomi daerah setiap kabupaten memiliki kemandirian yang luas dalam merumuskan kebijakan pembangunannya, termasuk pemilihan komoditas sayuran yang akan dikembangkan di kabupaten yang bersangkutan. Permasalahannya adalah, haruskah setiap kabupaten mengembangkan seluruh jenis sayuran yang dibutuhkan di kabupaten yang bersangkutan ?

Adam Smith pencetus teori ekonomi klasik mengungkapkan bahwa : “ Jika membutuhkan sepatu, seorang tukang jahit janganlah membuatnya sendiri tetapi membelinya dari tukang sepatu. Sebaliknya, seorang tukang sepatu sebaiknya tidak membuatnya sendiri pakaian yang dibutuhkannya, tetapi membelinya dari tukang jahit” (Cramer and Jensen, 1994).

Ungkapan diatas menunjukkan perlunya spesialisasi produksi yang dilakukan oleh para pelaku ekonomi agar seluruh pihak memperoleh kepuasan maksimal. Spesialisasi produksi dapat menekan biaya produksi dan menghasilkan produk dengan mutu lebih baik akibat efek pendalaman. Konsep spesialisasi tersebut selanjutnya diadopsi secara luas oleh industri otomotif dan industri berteknologi tinggi lainnya dalam pengelolaan tenaga kerja. Para pekerja industri tersebut dibagi atas pekerja intelektual dan pekerja kasar atau buruh, sedangkan kelompok buruh dibagi pula

dalam divisi pekerja yang lebih spesifik menurut jenis kegiatan yang dilakukan. Spesialisasi pekerjaan tersebut ternyata mampu meningkatkan produktivitas para pekerja, serta meningkatkan produktivitas faktor produksi.

Dalam konteks yang lebih luas, Ricardo juga mengungkapkan perlunya spesialisasi produksi antar negara yang berbasis pada keunggulan komparatif yang dimiliki oleh setiap negara (Porter, 1980; Lindert dan Kindleberger, 1983). Melalui perdagangan antar negara, maka spesialisasi produksi akan meningkatkan efisiensi pemanfaatan sumberdaya di seluruh negara. Spesialisasi produksi yang diikuti dengan perdagangan antar negara juga sangat berguna untuk memperluas pasar konsumen yang dihadapi oleh setiap negara. Perluasan pasar tersebut selanjutnya dapat menjadi umpan balik yang mendorong pertumbuhan kegiatan produksi di setiap negara.

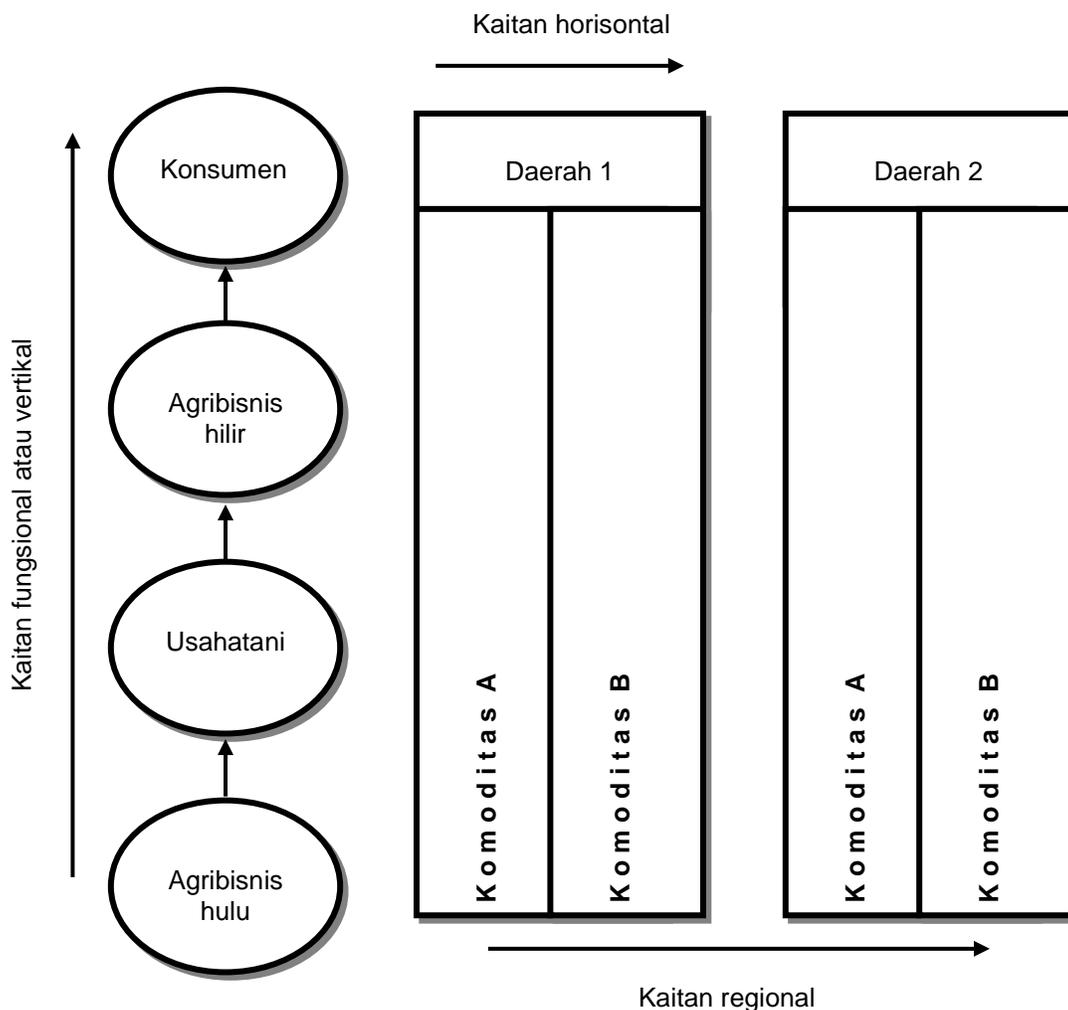
Dalam pengembangan komoditas hortikultura yang sangat beragam jenisnya, proses spesialisasi produksi dapat dirangsang melalui pengembangan komoditas unggulan di setiap daerah. Hal ini berarti setiap daerah, kabupaten atau provinsi, tidak harus memproduksi seluruh jenis komoditas hortikultura, tetapi difokuskan pada beberapa jenis komoditas yang memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan daerah lain. Namun spesialisasi produksi tersebut akan mempercepat proses penjuanan pasar jika pasar produk yang dihadapi oleh setiap daerah produsen relatif kecil, misalnya lingkup kabupaten yang bersangkutan. Untuk memperlambat proses penjuanan pasar tersebut, maka pengembangan komoditas hortikultura unggulan di setiap daerah seyogyanya tidak berjalan sendirisendiri, tetapi dikaitkan pula dengan pengembangan komoditas di daerah lainnya. Dengan kata lain, pengembangan komoditas unggulan tersebut tidak dilakukan dengan pendekatan wilayah administratif (kabupaten atau provinsi) sebagai basis kegiatan, tetapi dilakukan dengan pendekatan kawasan pasar. Dengan pendekatan kawasan pasar tersebut maka daerah produsen dapat saja tidak terkonsolidasi secara spasial, tetapi seluruh perencanaan produksi, pengembangan infrastruktur pendukung dan kegiatan pembangunan lainnya dilakukan secara integratif dengan basis kawasan pasar yang bersangkutan.

Pengembangan komoditas hortikultura dengan pendekatan kawasan pasar memerlukan deliniasi kawasan yang menjadi basis kegiatan pembangunan. Pada intinya daerah-daerah yang termasuk dalam kawasan pembangunan haruslah meliputi daerah produsen dan daerah konsumen agar perencanaan produksi dapat disesuaikan dengan kebutuhan konsumen didalam kawasan yang bersangkutan. Idealnya daerah-daerah yang termasuk didalam kawasan pembangunan tidak terlalu luas untuk menghindari biaya tata niaga yang mahal dari daerah produsen ke daerah konsumen. Namun untuk tujuan ekspor kawasan pembangunan tersebut seyogyanya meliputi pula daerah yang meliputi pelabuhan ekspor.

### **Keterkaitan di Dalam Sistem Agribisnis**

Dalam arti luas agribisnis didefinisikan sebagai serangkaian kegiatan usaha yang menghasilkan produk pertanian hingga dikonsumsi oleh konsumen (Beierlein, 1986; Downey dan Ericson, 1992; Cramer and Jensen, 1994). Secara umum terdapat tiga jenis kegiatan atau bidang usaha yang tercakup dalam agribisnis, yaitu : kegiatan pengadaan sarana produksi pertanian, kegiatan produksi pertanian, serta kegiatan pemasaran dan pengolahan hasil pertanian. Ketiga jenis kegiatan tersebut saling terkait secara fungsional-hirarkis dan membentuk suatu sistem agribisnis. Jika dipandang dari segi komoditas pertanian yang dikembangkan, maka akan terbentuk suatu sistem agribisnis komoditas seperti agribisnis cabai, agribisnis bawang merah, agribisnis kentang dan seterusnya.

Kaitan fungsional yang bersifat hirarkis antara ketiga jenis kegiatan di atas menunjukkan adanya saling ketergantungan antara setiap jenis kegiatan agribisnis. Kelancaran dalam kegiatan produksi akan ditentukan oleh kelancaran pengadaan sarana produksi yang dibutuhkan, dan akan menentukan kelancaran dalam kegiatan pengolahan/pemasaran hasil pertanian. Hal ini berarti pembangunan agribisnis komoditas pertanian haruslah menyentuh ketiga jenis kegiatan tersebut. Hambatan yang terjadi pada salah satu kegiatan agribisnis dapat menghambat kegiatan agribisnis lainnya, sehingga sistem agribisnis yang mencakup seluruh kegiatan agribisnis tidak dapat berkembang.



Bagan 2. Keterkaitan Vertikal, Horisontal dan Regional di dalam Sistem Agribisnis

Keterkaitan antara ketiga jenis kegiatan di atas sering pula disebut dengan keterkaitan vertikal, yang menggambarkan keterkaitan antara jenis kegiatan agribisnis mulai dari pengadaan sarana produksi hingga pemasaran produk yang dihasilkan. Keterkaitan dalam agribisnis dapat pula dipandang dalam konteks yang lebih luas, yaitu keterkaitan antara sistem agribisnis komoditas. Pada dimensi ini kaitan agribisnis dipandang secara lintas komoditas atau sering disebut dengan kaitan horisontal (Simatupang, 1999). Kaitan yang terbentuk dapat bersifat substitusi (saling menggeser) atau bersifat komplementer (saling mendukung), yang berlangsung melalui proses konsumsi (pasar produk) atau melalui proses alokasi sumberdaya di bidang produksi

(pasar input). Agribisnis minyak sawit dapat saling menggeser dengan agribisnis minyak kedele melalui proses konsumsi minyak goreng, misalnya jika konsumen semakin menyukai minyak goreng kedele karena dinilai lebih higienes, maka hal itu dapat menggeser agribisnis minyak sawit. Sedangkan agribisnis tebu dapat saling menggeser dengan agribisnis padi melalui alokasi lahan, yaitu melalui pasar input.

Kaitan antara sistem agribisnis komoditas juga dapat dipandang secara lintas daerah yang disebut sebagai kaitan regional. Sistem agribisnis komoditas di suatu daerah dapat bersifat saling menggeser atau saling mendukung dengan daerah lainnya. Kaitan sistem agribisnis antar daerah tersebut

biasanya terjadi melalui proses pembentukan harga produk di pasar konsumen. Agribisnis kentang di kabupaten Simalungun misalnya dapat saling menggeser dengan agribisnis kentang di kabupaten Karo jika pola produksi kentang di kedua kabupaten adalah sama, baik dalam kualitas maupun waktu produksi. Konsekuensinya adalah seringkali terjadi tekanan harga kentang akibat volume penawaran yang melebihi kebutuhan konsumen sehingga perkembangan agribisnis kentang di daerah yang kurang kompetitif menjadi terhambat dan petani kentang beralih ke komoditas lain. Secara ringkas keterkaitan didalam sistem agribisnis diperlihatkan dalam Bagan 2.

### ***Meningkatkan Daya Saing Melalui Pengembangan Kaitan Fungsional dan Kaitan Regional***

Secara empirik kemampuan bersaing suatu sistem agribisnis ditunjukkan oleh kemampuan dalam memproduksi dan memasarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen (Saragih, 1994). Dengan kata lain, sistem agribisnis yang berdaya saing tinggi adalah sistem agribisnis yang mampu merespon dinamika pasar secara efektif dan efisien. Efektif dalam pengertian bahwa respons yang diberikan oleh sistem agribisnis sesuai dengan dinamika kebutuhan (volume, tempat dan waktu) dan preferensi konsumen, sedangkan efisien memiliki makna bahwa sistem agribisnis mampu memasarkan produk dengan harga lebih murah untuk kualitas produk yang sama.

Dalam rangka meningkatkan daya saing tersebut, maka pembangunan kaitan fungsional atau kaitan vertikal antar kegiatan agribisnis merupakan bagian yang paling penting. Hal ini karena jika terjadi peningkatan volume permintaan maka sistem agribisnis belum tentu dapat merespons dengan baik jika pelaku kegiatan pengadaan sarana produksi tidak mampu menjalankan fungsinya dengan baik, yaitu menyalurkan volume sarana produksi yang dibutuhkan petani. Begitu pula sistem agribisnis tidak akan mampu merespon perubahan kualitas produk yang diinginkan konsumen jika informasi pasar tersebut tidak disampaikan oleh pedagang kepada petani atau lembaga sarana produksi tidak mampu

menyediakan jenis sarana produksi tertentu yang dibutuhkan untuk menghasilkan produk dengan kualitas yang dibutuhkan konsumen. Ringkasnya, dari segi teknis, sistem agribisnis yang berdaya saing adalah sistem agribisnis yang mampu melakukan seluruh rangkaian kegiatan yang dibutuhkan untuk menghasilkan produk yang dibutuhkan konsumen dengan biaya murah.

Sistem agribisnis yang berdaya saing tinggi di suatu daerah akan mampu memperluas pasar produk yang dihasilkan, yang selanjutnya menjadi umpan balik bagi pertumbuhan sistem agribisnis di daerah yang bersangkutan. Namun daya dorong pasar dalam merangsang pertumbuhan agribisnis tetap akan terbatas akibat proses penjuduan pasar. Proses tersebut akan berlangsung lebih cepat jika sistem agribisnis menghadapi pasar yang relatif sempit. Dalam konteks ini maka pembangunan kaitan sistem agribisnis yang bersifat komplementer antar daerah (kaitan regional) sangat dibutuhkan guna menghindari kejenuhan pasar yang lebih cepat. Hal ini berarti bahwa setiap daerah tidak harus memproduksi seluruh jenis produk yang dibutuhkan konsumen, tetapi difokuskan pada beberapa produk yang memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan daerah lain. Pemusatan produksi pada komoditas unggulan tersebut selanjutnya akan mengarah pada proses spesialisasi yang sangat berguna dalam mendorong efisiensi dan daya saing produk yang dihasilkan di setiap daerah produsen.

### ***Strategi Pengembangan Keterkaitan Fungsional dan Keterkaitan Regional***

Uraian di atas menyimpulkan bahwa pembangunan kaitan fungsional dan kaitan regional merupakan upaya penting dalam membangun sistem agribisnis berdaya saing tinggi. Bagian berikut ini menguraikan langkah operasional yang diperlukan dalam rangka tersebut.

#### ***a. Keterkaitan Fungsional***

Idealnya seluruh kegiatan agribisnis mulai dari pengadaan sarana hingga pemasaran produk yang dihasilkan berada dalam satu kendali manajemen agar setiap bidang

kegiatan agribisnis dapat menjalankan fungsinya sesuai kebutuhan. Kondisi demikian biasanya terjadi pada perusahaan skala besar yang relatif intensif dalam penggunaan teknologi dan bermodal kuat, misalnya P.T. Indofood yang memproduksi produk makanan berbasis terigu. Pada tipe perusahaan ini, kegiatan yang dilakukan oleh setiap pelaku agribisnis saling terkait dan terintegrasi secara harmonis. Misalnya, jika terjadi peningkatan permintaan supermie, maka PT. Bogasari sebagai pemasok bahan baku terigu dari grup Indofood akan meningkatkan impor gandum dan mengolahnya menjadi terigu untuk mendukung peningkatan produksi supermie. Struktur usaha agribisnis demikian memang sangat sesuai untuk mendorong pertumbuhan perusahaan, tetapi kurang efektif dalam peningkatan penyerapan tenaga kerja dan pemerataan pendapatan.

Pada agribisnis hortikultura keterkaitan fungsional secara harmonis seperti di atas sangat jarang terjadi. Hal ini karena setiap jenis kegiatan agribisnis, mulai dari pengadaan sarana produksi hingga pemasaran produk hortikultura dilakukan oleh pelaku yang berbeda dan hubungan diantara pelaku agribisnis tidak bersifat institusional, melainkan hanya terjalin melalui pasar atau harga. Tidak adanya hubungan langsung secara institusional di antara pelaku agribisnis menyebabkan kaitan fungsional yang harmonis tidak terbentuk dan setiap pelaku agribisnis hanya memikirkan kepentingannya sendiri, tanpa menyadari bahwa mereka sebenarnya saling membutuhkan dan saling tergantung untuk dapat mengembangkan usahanya. Salah satu konsekuensinya misalnya, petani tidak merasa perlu untuk melakukan kegiatan produksi secara kontinyu walaupun hal itu dibutuhkan pedagang, sebaliknya, pedagang tidak merasa perlu untuk menyampaikan informasi kualitas produk yang dibutuhkan konsumen kepada petani walaupun hal itu dibutuhkan petani untuk menyesuaikan kualitas produk yang dihasilkan. Struktur agribisnis demikian juga menyebabkan terbentuknya margin ganda akibat rantai pemasaran yang panjang sehingga ongkos produksi yang harus dibayar konsumen menjadi lebih mahal, sementara masalah transmisi harga dan informasi pasar yang tidak sempurna tidak bisa dihindari akibat tidak adanya kesetaraan posisi tawar, terutama antara petani dan pedagang.

Struktur agribisnis yang bersifat dispersal (tersekat-sekat) seperti di atas sangat tidak kondusif untuk menciptakan sistem agribisnis yang berdaya saing tinggi. Hal ini dapat terjadi akibat dua faktor utama yaitu : (1) Setiap pelaku agribisnis berjalan sendiri-sendiri dan kegiatan yang mereka lakukan tidak terkoordinir dan tidak terkait satu sama lain secara fungsional. Konsekuensinya adalah sistem agribisnis menjadi tidak fleksibel dalam mengantisipasi dinamika pasar. Dengan kata lain, produk yang dihasilkan tidak selalu dapat disesuaikan dengan kebutuhan pasar dalam kuantitas maupun kualitas. (2) Tidak adanya kesetaraan posisi tawar di antara petani dan pelaku agribisnis lainnya menyebabkan petani sulit mendapatkan harga pasar, baik untuk sarana produksi yang dibutuhkan petani maupun untuk produk yang dihasilkan petani. Konsekuensinya adalah sebagian besar nilai tambah agribisnis bukan dinikmati oleh petani, dan keuntungan petani tertekan dari dua sisi, yaitu dari sisi harga sarana produksi yang mahal dan harga produk yang lebih murah dari harga pasar. Padahal, tingkat keuntungan yang layak sangat penting bagi pemupukan modal petani, yang dibutuhkan untuk mengembangkan usahanya dan melakukan kegiatan produksi sesuai dengan dinamika pasar.

Dalam rangka meningkatkan daya saing agribisnis hortikultura, maka diperlukan penataan kelembagaan agribisnis yang mengarah kepada terciptanya kaitan langsung secara harmonis di antara para pelaku agribisnis. Dalam hubungan ini, agribisnis hortikultura yang dilakukan dengan pola kemitraan antara petani - pedagang input - pedagang output merupakan pendekatan yang dapat ditempuh. Pola kemitraan tersebut dapat dikembangkan dengan basis hamparan lahan atau kelompok petani dan pelaksanaan teknis agronomisnya didampingi oleh Balai Penelitian dan Dinas Pertanian. Untuk mendorong terciptanya aturan main yang transparan dan menguntungkan bagi seluruh pelaku agribisnis, maka perlu dilibatkan pula lembaga netral seperti LSM dan Universitas yang berperan sebagai pengawas dalam perumusan dan pelaksanaan aturan main yang telah disepakati. Dengan demikian, setiap unit agribisnis pola kemitraan sedikitnya melibatkan lima *stakeholder* yaitu petani, pedagang saprotan, pedagang hortikultura sebagai pelaku agribisnis,

serta Dinas Pertanian, LSM, dan Universitas sebagai pendamping.

*Stakeholder* non pelaku agribisnis seperti di atas pada dasarnya dibutuhkan untuk membantu menyelesaikan permasalahan yang muncul dalam mewujudkan kerjasama kegiatan yang harmonis di antara para pelaku kegiatan agribisnis. Pada pelaksanaannya permasalahan yang muncul dalam pengembangan agribisnis di setiap kabupaten produsen dapat pula disebabkan oleh kebijakan institusi pendukung yang tidak kondusif bagi pengembangan agribisnis. Misalnya, lembaga perbankan secara umum relatif sedikit menyalurkan kredit kepada petani sayuran akibat resiko pengembalian modal yang tinggi, terkait dengan ketidakpastian pendapatan petani dan fluktuasi harga sayuran yang tinggi. Untuk mengatasi permasalahan demikian maka pada tingkat kabupaten dapat dibentuk kelompok *stakeholder* yang melibatkan pula lembaga perbankan dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan.

#### **b. Keterkaitan Regional**

Setiap kegiatan usaha (bisnis) membutuhkan pasar yang mengkonsumsi produk yang dihasilkan. Pasar yang semakin luas merupakan daya tarik bagi produsen untuk meningkatkan kegiatan usahanya. Di setiap kabupaten, pasar yang dihadapi oleh pelaku agribisnis dapat dibedakan atas pasar lokal di kabupaten yang bersangkutan dan pasar di daerah lainnya yang membentuk suatu pasar kawasan atau regional. Sedangkan jenis hortikultura yang dapat dihasilkan di setiap kabupaten biasanya tidak hanya satu jenis tanaman. Dengan kata lain, spektrum jenis komoditas yang dapat dihasilkan di setiap kabupaten relatif luas. Namun akibat perbedaan dalam kondisi agroklimat dan penguasaan teknologi produksi oleh petani, maka keunggulan setiap daerah (desa, kecamatan, kabupaten) bervariasi dalam menghasilkan jenis komoditas tertentu.

Dalam rangka efisiensi alokasi sumberdaya, setiap daerah seharusnya memfokuskan diri pada jenis komoditas tertentu yang memiliki keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif dibanding daerah lainnya. Kebijakan ini memang dapat membawa kepada proses penjuduhan pasar yang lebih cepat jika produk yang dihasilkan hanya

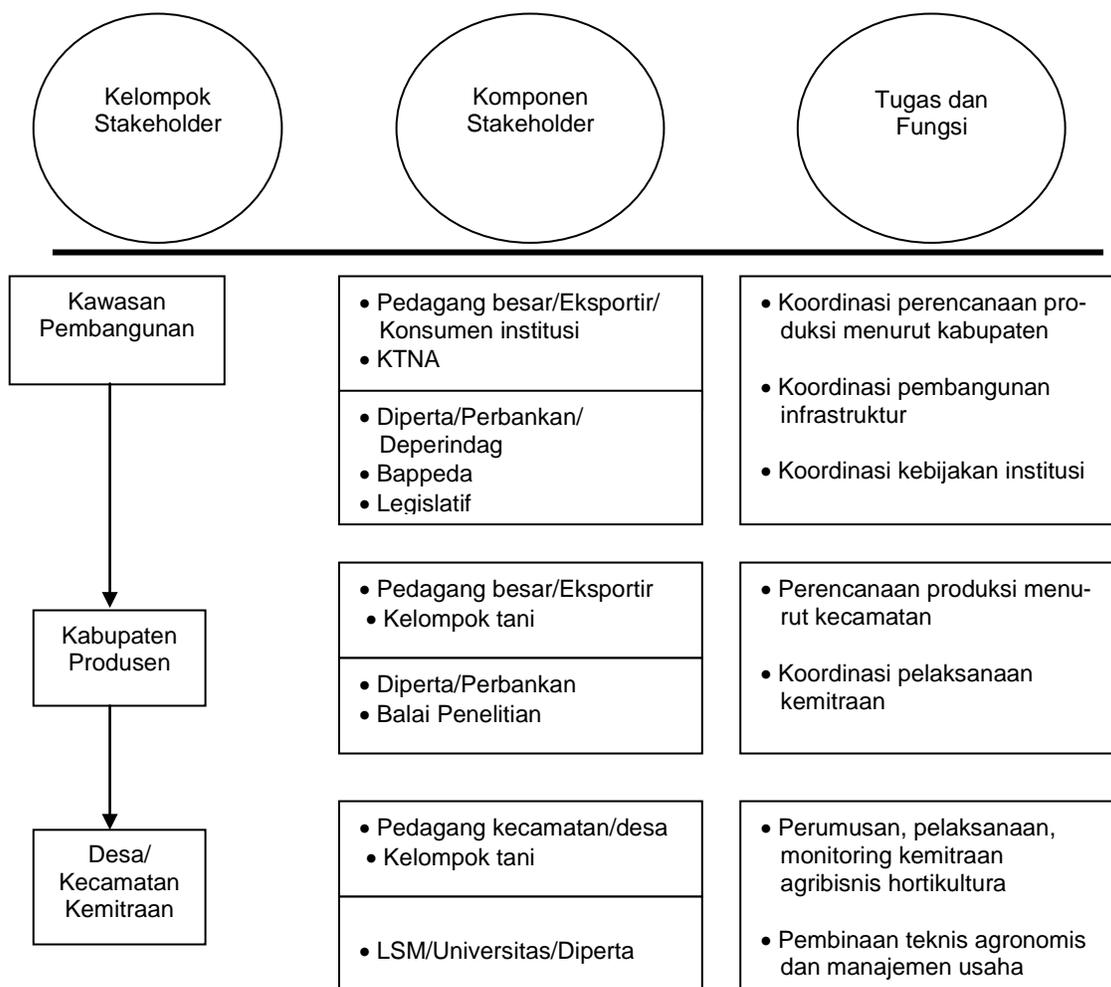
dipasarkan di daerah yang bersangkutan. Oleh karena itu untuk memperlambat penjuduhan pasar dan memperluas cakupan pasar komoditas bagi setiap daerah produsen, maka perlu dikembangkan keterkaitan regional atau keterkaitan produksi antar daerah produsen yang memiliki sasaran daerah pasar yang sama. Upaya ini juga sangat dibutuhkan untuk memperkecil peluang terjadinya fluktuasi harga yang tinggi, yang pada dasarnya disebabkan oleh disinkronisasi produksi antar daerah produsen. Secara ringkas sistem agribisnis terintegrasi yang mengkaitkan para pelaku agribisnis secara fungsional, dan mengkaitkan daerah-daerah produsen dan konsumen secara regional diperlihatkan dalam Bagan 3.

Untuk membangun keterkaitan regional yang saling melengkapi dan menguntungkan bagi setiap daerah produsen, maka diperlukan pengaturan jenis komoditas dan volume produksi yang dihasilkan di setiap kabupaten. Dalam kaitan ini maka pembentukan suatu wadah koordinasi yang melibatkan *stakeholder* dari seluruh kabupaten terlibat merupakan upaya yang harus ditempuh. Pada tingkat kawasan pengembangan kelompok *stakeholder* yang dilibatkan sedikitnya meliputi para pedagang besar, eksportir, petani dan konsumen institusi yang didampingi oleh dinas-dinas terkait. Secara ringkas kelompok *stakeholder* yang perlu dibangun dalam rangka pengembangan agribisnis hortikultura yang terintegrasi diperlihatkan dalam Bagan 4.

#### **Pembangunan Sarana Pendukung dan Kegiatan Pendukung**

Agribisnis hortikultura pada umumnya hanya melibatkan tiga jenis kegiatan agribisnis, yaitu pengadaan sarana produksi, proses produksi dan pemasaran produk dalam bentuk segar. Sistem agribisnis demikian relatif miskin dalam pembentukan nilai tambah akibat tidak adanya kegiatan pengolahan dan kegiatan pemasaran (penyimpanan, sortasi, *packaging*, *labeling*, dan seterusnya) yang dapat meningkatkan nilai guna produk yang dihasilkan. Terbatasnya peralatan penyimpanan yang mampu mempertahankan kesegaran produk menyebabkan pengaturan pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan permintaan sulit dilakukan sehingga harga produk berfluktuasi





Bagan 4. Struktur Kelompok Stakeholder Pengembangan Agribisnis Hortikultura dengan Pendekatan Kawasan

dalam jangka pendek. Konsekuensi lainnya adalah petani tidak dapat memiliki posisi tawar yang kuat dalam pembentukan harga karena penyimpanan produk yang tidak didukung dengan peralatan yang memadai akan menimbulkan resiko harga akibat penurunan kesegaran produk yang dipasarkan.

Dalam rangka mendorong perkembangan agribisnis hortikultura, maka dibutuhkan pembangunan sarana pendukung dan kegiatan terkait yang mampu memperlancar seluruh kegiatan agribisnis mulai dari pengadaan sarana produksi hingga pemasaran produk yang dihasilkan. Dalam kaitan ini terdapat lima jenis sarana pendukung utama yang dibutuhkan yaitu yang berhubungan dengan aspek per-

modalan, pengolahan produk, pengembangan teknologi, distribusi, dan informasi pasar.

Aspek distribusi produk dari produsen kepada konsumen memiliki peran penting karena di satu sisi konsumen menginginkan produk segar, di sisi lain produk hortikultura secara umum relatif cepat mengalami pembusukan. Konsekuensinya adalah setelah dipanen maka produk yang dihasilkan petani harus segera didistribusikan kepada konsumen jika belum tersedia peralatan penyimpanan yang efektif dan efisien untuk mempertahankan kesegaran produk. Hal ini berarti pembangunan jaringan transportasi di sentra produksi hortikultura terutama sayuran sangat dibutuhkan, begitu pula investasi pada alat penyimpanan dan pendingin yang mampu

mempertahankan kesegaran produk. Tersedia-nya jenis peralatan tersebut di daerah sentra produksi akan memberikan dua manfaat utama dalam pengembangan agribisnis hortikultura, yaitu: (1) meningkatkan posisi tawar petani karena petani dapat menyimpan produksinya dan menunggu harga yang menguntungkan, dan (2) menekan fluktuasi harga melalui pengaturan volume penawaran yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

### ***Pengembangan Kapasitas Manajemen Petani***

Petani hortikultura secara umum melakukan kegiatan produksi untuk dipasarkan atau dijual kepada konsumen. Sebagian besar faktor produksi yang digunakan petani juga diperoleh melalui pasar input. Oleh karena itu petani sayuran sebenarnya dapat dikatakan sebagai pelaku bisnis atau pengusaha yang bergerak di bidang produksi sayuran tetapi dengan skala usaha relatif kecil, tergantung kepada luas lahan garapan yang diusahakan petani.

Sebagai pelaku bisnis maka petani harus mampu melakukan manajemen dengan baik agar bisnisnya dapat berkembang. Dengan kata lain petani harus mampu melakukan kegiatan produksi dan pemasaran produk yang dapat memberikan keuntungan maksimal. Petani dituntut untuk dapat mengatur penggunaan faktor produksi secara efisien untuk menekan biaya produksi dan mengatur jenis produk yang dihasilkan serta volume penjualannya untuk mendapatkan harga jual produk yang menguntungkan. Disamping itu petani juga harus mampu mengelola modalnya dengan baik dan mengadopsi teknologi produksi dan pemasaran untuk menjamin kegiatan usaha secara berkesinambungan.

Kondisi di lapangan menunjukkan bahwa petani sebenarnya sudah menerapkan aspek-aspek manajemen usaha seperti disebutkan di atas. Namun akibat perbedaan kapasitas sumberdaya manusia antar individu petani, maka kualitas manajemen yang dilakukan sangat bervariasi antar petani dan belum begitu baik, akibat berbagai kendala yang dihadapi petani. Dalam rangka peningkatan kualitas manajemen petani maka pengelolaan usaha produksi yang dilakukan secara kolektif dalam bentuk kelompok-kelompok petani

merupakan upaya yang dapat ditempuh. Dalam kaitan tersebut pembentukan keputusan yang bersifat kolektif adalah lebih penting daripada pelaksanaan kegiatan secara kolektif. Pengembangan usaha agribisnis secara kolektif tersebut juga sangat berguna untuk menekan biaya pengadaan sarana produksi dan biaya pemasaran akibat peningkatan skala usaha disamping meningkatkan posisi tawar petani dalam pembentukan harga.

## **PENUTUP**

Dalam menghadapi perdagangan bebas dan globalisasi ekonomi, peningkatan daya saing agribisnis merupakan tuntutan yang tak bisa dihindari. Dalam hubungan tersebut pengembangan agribisnis hortikultura yang terintegrasi secara vertikal dan regional merupakan strategi yang perlu ditempuh. Pengembangan keterkaitan vertikal antara para pelaku agribisnis diperlukan agar agribisnis hortikultura mampu merespon dinamika pasar secara efektif dan efisien. Sedangkan pengembangan keterkaitan regional dibutuhkan dalam rangka meningkatkan efisiensi alokasi sumberdaya di setiap daerah dan mengurangi fluktuasi harga produk hortikultura yang pada dasarnya bersumber dari ketidak-sinkronan produksi antar daerah produsen.

Dalam rangka mengembangkan agribisnis hortikultura yang terintegrasi beberapa langkah yang perlu ditempuh adalah :

- (1) Melakukan deliniasi kawasan pasar secara regional yang merupakan basis bagi kegiatan pembangunan agribisnis hortikultura. Kawasan pasar tersebut meliputi kabupaten-kabupaten produsen hortikultura yang memiliki sasaran konsumen di kabupaten-kabupaten yang sama pula.
- (2) Menetapkan komoditas unggulan hortikultura yang akan dikembangkan di setiap kabupaten produsen. Penetapan komoditas yang diunggulkan di setiap kabupaten produsen dilakukan dengan metodologi yang sama serta mengacu pada keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif setiap kabupaten dalam memproduksi dan memasarkan komoditas yang dikembangkan.

- (3) Mengembangkan kelembagaan koordinasi produksi yang bersifat lintas kabupaten yang termasuk dalam kawasan pengembangan. Lembaga tersebut berfungsi untuk menciptakan sinkronisasi produksi dan pengembangan sarana pendukung agribisnis secara lintas kabupaten didalam kawasan pengembangan. Lembaga tersebut meliputi para *stakeholder* di seluruh kabupaten yang meliputi pedagang besar, eksportir, dinas pertanian, dinas Deperindag, institusi perbankan dan universitas.
- (4) Mengembangkan unit-unit agribisnis hortikultura yang terintegrasi secara vertikal di daerah-daerah sentra produksi hortikultura. Hal ini ditempuh dengan mengembangkan pola kemitraan antara pedagang input-petani-pedagang output. Setiap unit agribisnis difasilitasi dengan sarana penyimpanan yang mampu memperlambat proses pembusukan komoditas hortikultura yang dipasarkan. Sebagai langkah awal, pemerintah dapat mengembangkan BUMN yang bergerak di bidang hortikultura sebagai pelopor.
- (5) Berkaitan dengan butir (4), pengendali utama sistem agribisnis hortikultura ke depan harus diarahkan pada petani. Oleh sebab itu, pengembangan keorganisasian agribisnis hortikultura berbasis kelompok tani merupakan langkah strategis yang harus dilakukan bersamaan dengan pengembangan sistem teknologi dan penguasaan seluruh jaringan agribisnis hortikultura oleh pelaku ekonomi di pedesaan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adiyoga M. dan Hardjanto T. 1996. Usahatani Cabai. *dalam* Agribisnis Cabai. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Beierlein J.G. 1986. Principles of Agribusiness Management. A Reston Book. Prentice-Hall. New Jersey.
- Cramer, G.L and Jensen C.W. 1994. Agricultural Economics and Agribusiness. John Wiley & Sons Inc. New York.
- Downey, W.D dan Ericson S.P. 1992. Manajemen Agribusiness. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Hadi, P.U; Djulin A; Noekman K.H; Mardiharini M; dan Sumedi. 2000. Review dan Outlook Pengembangan Komoditas Hortikultura. Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian. Bogor.
- Hutabarat, B. 1999. Sistem Komoditas Bawang Merah dan Cabai Merah. Monograph Series No.7. Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian. Bogor.
- Irawan, B. 2001. Model Pengembangan Agribisnis Hortikultura Kawasan Krakatau. Makalah seminar 'Pengembangan Kawasan Agribisnis Hortikultura Krakatau'. Cilegon, 7-9 November 2001. Direktorat Jendral Bina Produksi Hortikultura.
- Irawan, B.; Nurmanaf A.R; Lestari E; Darwis V; Supriyatna Y; Muslim C. 2001. Studi Kebijaksanaan Pengembangan Agribisnis Komoditas Unggulan Hortikultura. Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian. Bogor.
- Irawan, B. 2003. Agribisnis Hortikultura: Peluang dan Tantangan Dalam Era Perdagangan Bebas. Jurnal Sosial-Ekonomi Pertanian dan Agribisnis, SOCA, Vol.3 No.2. Juli 2003. Fakultas Pertanian Universitas Udayana.
- Lindert, P.H. dan Kindleberger C.P. 1983. Ekonomi Internasional. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Porter, E.M. 1980. Competitiveness Strategy. Techniques for Analyzing Industries and Competitors. The Free Press. New York.
- Saragih, B. 1994. Agribisnis Paradigma Baru Pembangunan Ekonomi Berbasis Pertanian. Kumpulan Pemikiran. Yayasan Mulia Persada Indonesia-PT. Surveyor Indonesia-Pusat Studi Pembangunan IPB. Jakarta.
- Saptana; Sumaryanto; Siregar M; Mayrowani H.; Sodikin I.; dan Friyatno S. 2001. Analisis Keunggulan Kompetitif Komoditas Unggulan Hortikultura. Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian. Bogor.
- Simatupang, P. 1999. Industrialisasi Pertanian Sebagai Strategi Agribisnis dan Pembangunan Pertanian Dalam Era Globalisasi. *dalam* Dinamika Inovasi Ekonomi dan Kelembagaan Pertanian. Buku-2. Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian. Bogor.
- Sudaryanto, T. dan Pasandaran E. 1993. Perspektif Pengembangan Agribisnis di Indonesia. Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian. Bogor.
- Sudaryanto, T; Yusdja Y; Purwoto A; Noekman K.H; Iswariyadi A; dan Limbong W.H. 1993. Agribisnis Komoditas Hortikultura. Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian. Bogor.