

PENGEMBANGAN SUB TERMINAL AGRIBISNIS (STA) DAN PASAR LELANG KOMODITAS PERTANIAN DAN PERMASALAHANNYA

Iwan Setiajie Anugrah

*Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian
Jl. A. Yani 70 Bogor*

ABSTRACT

Agribusiness development always deals with handling various types of agricultural commodities along with welfare improvement of all parties involved. Concept of Agribusiness Sub-Terminal (STA) and auction system aims at managing the agricultural commodities based on an agribusiness arrangement beneficial to the farmers and all parties engaged. The main constraint of this concept is rivalry with the traders outside the STA and auction market through competitive price they offer. The other barrier is long-established marketing system at farmers' level.

Key words: *agribusiness, auction market, agricultural commodities marketing*

ABSTRAK

Permasalahan yang selalu akan dihadapi adalah bagaimana menciptakan sistem penanganan komoditas pertanian, sejalan dengan perbaikan kesejahteraan pelaku di dalamnya, terutama yang berkaitan dengan aspek-aspek perdagangan hasil pertanian. Konsep STA dan sistem pasar lelang, dimaksudkan agar sistem penanganan komoditas dapat dilakukan dalam satu tatanan agribisnis, sekaligus memberikan dampak bagi petani dan pelaku kegiatan lain dalam menciptakan kesejahteraan bersama dalam satu model pemasaran komoditas hasil pertanian yang menguntungkan seluruh pihak. Kendala untuk mewujudkan semuanya itu, di antaranya adalah persaingan dengan pelaku agribisnis lainnya terutama dalam pembelian komoditas pertanian dengan harga yang lebih kompetitif. Selain itu sistem pemasaran yang sudah lama terbentuk di tingkat petani, menyulitkan akses keberadaan STA dan sistem pasar lelang.

Kata kunci: *agribisnis, pasar lelang dan perdagangan komoditas pertanian*

PENDAHULUAN

Pembangunan pertanian melalui kegiatan agribisnis, terutama dalam kaitannya dengan perbaikan struktur ekonomi masyarakat pasca krisis ekonomi sudah saatnya diimplementasikan dalam kegiatan riil di tingkat petani maupun para pelaku agribisnis lainnya secara komprehensif. Hal ini cukup beralasan mengingat bahwa selama krisis ekonomi beberapa waktu lalu, sektor pertanian khususnya kegiatan agribisnis telah mampu bertahan dengan pertumbuhan yang positif. Namun demikian kondisi pertumbuhan yang positif tersebut secara faktual belum diikuti oleh perbaikan ekonomi bagi pelaku agribisnis di dalamnya maupun pelaku kegiatan pertanian secara keseluruhan. Nilai tukar petani yang terkait dengan beberapa komoditas yang dihasilkan tetap berada pada tingkat harga yang rendah (Saragih, 1995; Sapuan, 1996).

Pembuat kebijakan di tingkat makro belum sepenuhnya menjabarkan arti dari pertumbuhan ekonomi sektor pertanian yang positif tersebut dalam bentuk tindakan riil yang memberikan perubahan positif bagi para pelaku kegiatan usaha pertanian di tingkat produsen. Pertumbuhan positif sektor pertanian yang cukup dibanggakan oleh para petinggi di sektor pertanian belum menjadi kebanggaan nyata di tingkat petani. Tingkat kesejahteraan petani terus menurun sejalan dengan persoalan-persoalan klasik di dalamnya, sekaligus menjadi bagian dan dilema dari sebuah kegiatan agribisnis di tingkat produsen pertanian. Tingkat keuntungan kegiatan agribisnis selama ini lebih banyak dinikmati oleh para pedagang dan pelaku agribisnis lainnya di hilir (Arifin, 2001; Sumodiningrat, 2000).

Berbagai upaya telah dilakukan untuk menjembatani persoalan di atas, baik melalui program internal sektoral maupun dalam

kegiatan pemberdayaan ekonomi lokal secara otonom dengan kebijakan-kebijakan daerah. Salah satu upaya yang telah dikembangkan dalam rangkaian kegiatan agribisnis ditingkat produsen, adalah melalui pemasaran komoditas pertanian dengan pendekatan kelembagaan pasar lelang, Sub Terminal Agribisnis (STA) maupun Terminal Agribisnis (TA). Sejak disosialisasikan konsep tersebut beberapa waktu yang lalu, telah dibangun tidak kurang dari 25 TA/STA, baik melalui dana APBD serta dengan bantuan APBN sektor pertanian, walaupun belum sepenuhnya berfungsi seperti yang diharapkan (Musarif, 2004). Selain itu juga difungsikan suatu institusi baru di bidang industri dan perdagangan komoditas pertanian (INDAG-AGRO) khususnya di Jawa Barat beberapa waktu lalu dibawah binaan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Jawa Barat.

Tujuan kajian ini adalah mengkritisi pendekatan penanganan komoditas pertanian melalui STA di berbagai sentra produksi pertanian di Jawa Barat dan Indonesia pada umumnya. Kajian dilakukan dengan penelaahan dokumen dan diperkaya dengan beberapa informasi yang diperoleh dari beberapa hasil kajian dan permasalahannya yang diuraikan secara deskriptif.

BATASAN KONSEP DAN KARAKTERISTIK SUB TERMINAL AGRIBISNIS

Konsep Dasar Sub Terminal Agribisnis (STA)

Sub Terminal Agribisnis (STA), menurut konsep yang dibakukan oleh Badan Agribisnis Departemen Pertanian (2000), merupakan perwujudan atas fenomena yang selama ini berkembang dalam pemasaran komoditas pertanian dan sekaligus sebagai bagian dari rangkaian kegiatan agribisnis. Pemasaran komoditas pertanian selama ini, pada umumnya mempunyai mata rantai yang panjang, mulai dari petani produsen, pedagang pengumpul, pedagang besar hingga ke konsumen, sehingga mengakibatkan kecilnya keuntungan yang diperoleh petani. Konsumen membayar lebih mahal dari harga yang selayaknya ditawarkan sehingga biaya pemasaran (*marketing cost*) dari produsen ke konsumen menjadi tinggi.

Fenomena lain menunjukkan bahwa jaminan pasar merupakan prasyarat utama

yang menentukan tingkat keunggulan suatu komoditas, termasuk di dalamnya indikasi tentang daya tampung dan potensi pengembangan pasar, tingkat efisiensi distribusi, kesesuaian agroekosistem, ketersediaan dan peluang pengembangan teknologi pertanian. Di sisi lain, pola pemasaran tidak mampu menunjang upaya pengembangan berbagai jenis komoditas. Lemahnya posisi rebut tawar petani serta semakin banyaknya produksi pesaing dari impor komoditas yang sama di pasar dalam negeri, menuntut upaya peningkatan efisiensi pemasaran dengan mengembangkan infrastruktur pemasaran.

STA sebagai suatu infrastruktur pasar, tidak saja merupakan tempat transaksi jual beli, namun juga merupakan wadah yang dapat mengakomodasi berbagai kepentingan pelaku agribisnis, seperti sarana dan prasarana pengemasan, sortasi, grading, penyimpanan, ruang pameran (*operation room*), transportasi, dan pelatihan. Selain itu, STA sekaligus merupakan tempat berkomunikasi dan saling tukar informasi bagi para pelaku agribisnis.

Definisi Sub Terminal Agribisnis (STA)

Menurut Badan Agribisnis Departemen Pertanian (2000), STA merupakan infrastruktur pemasaran untuk transaksi jual beli hasil-hasil pertanian, baik untuk transaksi fisik (lelang, langganan, pasar *spot*) maupun non fisik (kontrak, pesanan, *future market*). STA diharapkan berfungsi pula untuk pembinaan peningkatan mutu produksi sesuai dengan permintaan pasar, pusat informasi, promosi dan tempat latihan atau magang dalam upaya pengembangan peningkatan sumberdaya manusia.

STA menurut Tanjung (2001), merupakan infrastruktur pemasaran sebagai tempat transaksi jual beli hasil-hasil pertanian baik transaksi fisik maupun non fisik yang terletak di sentra produksi. Dengan demikian, penekanannya adalah bahwa STA merupakan sarana pemasaran yang dilakukan pada sentra produsen. Sementara itu, Sukmadinata (2001) memberikan batasan bahwa STA merupakan suatu infrastruktur pasar, tempat transaksi jual beli baik dengan cara langsung, pesanan, langganan atau kontrak. STA juga merupakan wadah yang dapat mengakomodasikan berbagai kepentingan pelaku agribisnis, seperti

layanan informasi manajemen produksi sesuai dengan permintaan pasar, manajemen penguasaan sarana produksi, manajemen pasca panen (pengemasan, sortasi, *grading*, penyimpanan) serta kegiatan-kegiatan lainnya, seperti ruang pameran, promosi, transportasi dan pelatihan. Tujuan dari STA adalah untuk memperlancar pemasaran dan mengembangkan agribisnis.

Karakteristik STA dan batasannya, juga dikemukakan oleh Tambunan (2001), bahwa STA adalah untuk membantu transparansi pasar dengan cara kompilasi informasi tentang harga, serta jumlah penawaran dan permintaan yang sangat bermanfaat baik bagi produsen maupun bagi pihak manajemen pasar sehingga dapat menentukan tujuan dan waktu penjualan. Informasi ini memungkinkan produsen mengundur panen atau menyimpan produknya sampai harga lebih baik atau hingga fasilitas transportasi tersedia. Selain itu dapat membantu untuk membuat perencanaan produksi jangka panjang. Secara teoritis, peningkatan transparansi pasar dapat bertindak sebagai pemicu berfungsinya suatu pasar, membaiknya persaingan dan meningkatnya adaptasi untuk memenuhi kebutuhan penawaran dan oportunitas pasar. Penekanan dari adanya STA dititik beratkan untuk lebih mempertimbangkan manfaat terhadap pertumbuhan dan perkembangan wilayah pedesaan.

Manfaat dan Sasaran Sub Terminal Agribisnis (STA)

Sub Terminal Agribisnis (STA) sebagai infrastruktur pemasaran berdasarkan konsep dari Badan Agribisnis Departemen Pertanian (2000); Tanjung (2001) dan Sukmadinata (2001), pada intinya diharapkan bermanfaat untuk: (1) Memperlancar kegiatan dan meningkatkan efisiensi pemasaran komoditas agribisnis karena mencakup sebagai pusat transaksi hasil-hasil agribisnis; memperbaiki struktur pasar, cara dan jaringan pemasaran; sebagai pusat informasi pertanian serta sebagai sarana promosi produk pertanian. (2) Mempermudah pembinaan mutu hasil-hasil agribisnis yang meliputi; penyediaan tempat sortasi dan pengemasan; penyediaan air bersih, es, gudang, *cool room* dan *cold storage*; melatih para petani dan pedagang dalam penanganan dan pengemasan hasil-hasil pertanian. (3) Sebagai wadah bagi pelaku

agribisnis untuk merancang bangun pengembangan agribisnis, mensinkronkan permintaan pasar dengan manajemen lahan, pola tanam, kebutuhan saprodi dan permodalan serta peningkatan SDM pemasaran. (4) Peningkatan pendapatan daerah melalui jasa pelayanan pemasaran, dan (5) Pengembangan agribisnis dan wilayah.

Sasaran utama pembangunan Sub Terminal Agribisnis pada dasarnya adalah untuk meningkatkan nilai tambah bagi petani dan pelaku pasar. Sasaran lainnya adalah mendidik petani untuk memperbaiki kualitas produk, sekaligus mengubah pola pikir ke arah agribisnis sehingga menjadi salah satu sumber pendapatan asli daerah serta mengembangkan akses pasar (Badan Agribisnis Departemen Pertanian, 2000; Sukmadinata, 2001).

Pengelolaan STA, menurut Sukmadinata (2001) dapat dilakukan oleh koperasi pelaku agribisnis, dalam hal ini petani, nelayan, pengolah serta pedagang; gabungan dari koperasi pelaku agribisnis dengan pemerintah daerah atau bahkan bisa dilakukan hanya oleh pemerintah daerah. Pengelolaan juga dapat dilakukan oleh pengusaha swasta, baik nasional maupun asing atau bahkan gabungan dari swasta asing dan nasional dengan koperasi. Begitu pula dengan BUMN dan BUMD serta gabungan dari pelaku pasar agribisnis lainnya. Dengan demikian dalam pengelolaannya, STA dapat ditentukan sesuai dengan kepentingan serta kesepakatan dari para pelaku agribisnis di dalamnya.

BEBERAPA CONTOH KASUS KEBERADAAN STA

STA telah dibutuhkan atas pertimbangan spesialisasi komoditas hasil-hasil pertanian yang ditangani dalam arti luas, terutama terhadap transaksi yang dilakukan pada komoditas pertanian tanaman pangan dan hortikultura, peternakan, perkebunan dan perikanan. Dukungan sarana dan prasarana pemasaran yang diperlukan serta penanganan mutu terhadap jenis-jenis produk pertanian tersebut berdasarkan kondisi lokasi maupun waktu penanganannya sangatlah berbeda, seperti yang telah dicoba dilakukan oleh Badan Agribisnis Departemen Pertanian di beberapa tempat, seperti diantaranya STA di Kabupaten Sukabumi untuk komoditas tanaman pangan

dan hortikultura, STA perikanan yang terletak di Pelabuhan Perikanan Nusantara Brondong (Lamongan Jawa Timur) serta STA untuk komoditas peternakan di Kabupaten Brebes, Jawa Tengah.

Pembentukan STA saat ini telah berkembang pada beberapa lokasi, bahkan hampir semua kabupaten potensial dalam sektor pertanian di Jawa Barat telah merancang pembentukan STA, baik untuk pemasaran komoditas pertanian tertentu maupun bagi semua komoditas yang dihasilkan dari kabupaten yang bersangkutan. Nampaknya dorongan otonomisasi dan desentralisasi pembangunan serta pencapaian target Pendapatan Asli Daerah (PAD) terhadap rencana kegiatan pengembangan STA cenderung lebih mengemuka. Pembangunan sarana dan prasarana fisik STA lebih didahulukan dibandingkan dengan pembentukan sistem dan kinerja dari permasalahan-permasalahan pemasaran yang akan ditangani lebih lanjut melalui STA (Dinas Pertanian Tanaman Pangan Jawa Barat, 2001).

Beberapa contoh kasus yang ditemui, menunjukkan bahwa secara umum konsep STA yang dikemukakan oleh perencana di setiap kabupaten lebih menekankan pada upaya bagaimana alokasi sarana fisik tersebut menjadi lokomotif bagi kegiatan pembangunan daerah berikutnya. Kajian awal yang meliputi kondisi bagaimana pembentukan sistem pasar, pembentukan harga, kebiasaan dan perilaku dari pelaku kegiatan agribisnis maupun informasi tentang potensi produksi komoditas utama dengan segala permasalahannya di tingkat produksi yang melengkapi perencanaan pembangunan sebuah STA relatif terbatas. Sehingga pembangunan STA pada beberapa kabupaten tertentu di Jawa Barat, belum banyak mengakomodasikan berbagai kepentingan para pelaku agribisnis maupun perolehan pendapatan asli daerah (Dinas Pertanian Tanaman Pangan Jawa Barat, 2001).

Sebagai contoh, tidak aktifnya STA tanaman pangan dan hortikultura di Cicurug Kabupaten Sukabumi beberapa waktu lalu, antara lain disebabkan oleh permasalahan mendasar mengenai penanganan pemasaran dan pasokan komoditas jagung sebagai komoditas utama pada kegiatan STA tersebut. Sebagian besar petani telah terikat modal dan

saprodi kepada para pedagang atau pemilik modal. Dengan demikian pemasaran hasil jagung langsung ditujukan kepada para pedagang atau pemilik modal tersebut. Selain itu, letak keberadaan STA menimbulkan tambahan biaya angkut yang harus ditanggung oleh para petani dari lokasi produksi ke lokasi STA. Dengan kondisi tersebut, sebagian petani lebih banyak menjual hasil panennya langsung ke Pasar Induk Ramayana Bogor maupun ke Pasar Induk Kramatjati, dengan harga yang lebih kompetitif dibandingkan dengan harga di STA. Pola tersebut juga dipilih untuk menghindari adanya kegiatan pemeriksaan kembali komoditas yang sudah di *packing*, karena pemeriksaan tersebut menurunkan sebagian kualitas komoditas serta menambah biaya (Dinas Pertanian Tanaman Pangan Jawa Barat, 2001).

Permasalahan lain dikemukakan pada Hariian Umum Pikiran Rakyat (9 Agustus 2003), dimana STA di Cigombong-Pacet Kabupaten Cianjur kekurangan pasokan sayuran sebesar 28 ton setiap harinya, untuk memenuhi kebutuhan pedagang dan pembeli yang melakukan transaksi di STA tersebut. Hal ini disebabkan jumlah permintaan sayuran tidak seimbang dengan produksi yang dihasilkan dari daerah ini, sehingga harus mendatangkan dari beberapa sentra produksi lainnya yang lebih berkualitas agar kebutuhan pasar dan kepercayaan pelanggan dapat terpenuhi.

Rancangan pembangunan konsep STA di Kabupaten Ciamis juga terbentur dengan permasalahan bagaimana menetapkan lokasi STA yang dapat mengakomodasikan sebagian besar produksi komoditas pertanian yang cukup menyebar di wilayah Kabupaten Ciamis. Begitu pula dengan rancangan pembangunan STA terpadu yang direncanakan di Kabupaten Sumedang, sebagian kecil hanya untuk mengakomodasikan beberapa komoditas pertanian tanaman semusim dengan jumlah yang fluktuatif, dipadukan dengan terminal penumpang. Sementara untuk komoditas buah-buahan yang akan ditangani pada lokasi STA, seperti mangga dan semangka dinilai tidak kompetitif, mengingat produksi dan pasar buah tersebut akan lebih didominasi oleh pasar buah mangga dari Majalengka dan Indramayu yang merupakan sentra produksi mangga terbesar di Jawa Barat (Setiajie, 2004a).

Contoh Kasus Kelembagaan Pasar Lelang di Majalengka Jawa Barat

Sistem pelelangan untuk beberapa komoditas unggulan di Kabupaten Majalengka Jawa Barat belum sepenuhnya berjalan. Pemasaran komoditas tertentu melalui pelelangan sudah pernah dicoba di Pasar Maja, sebagai pasar utama bagi komoditas sayuran yang dihasilkan dari beberapa wilayah di Kabupaten Majalengka. Hal ini merupakan gambaran mikro dari konsep STA yang akan dikemukakan dalam kajian ini.

Kegiatan pelelangan sudah dirintis melalui kegiatan yang dilakukan oleh Departemen Perindustrian dan Perdagangan, BAPEKTI serta Kanwil DEPERINDAG Provinsi Jawa Barat pada tahun 1999 di Desa Sukasari Kecamatan Argapura, Kabupaten Majalengka. Kegiatan rintisan sistem pelelangan telah dilengkapi dengan sarana dan prasarana fisik yang meliputi bangunan permanen serta alat-alat pendukung bagi terciptanya pasar lelang, termasuk sistem komunikasi yang memantau informasi harga pasar pada beberapa pasar induk (Setiajie, 2004a).

Proses pelelangan pada dasarnya baru pada tahap pelaksanaan mempertemukan petani dengan pedagang di pasar lelang. Petani secara individu atau petani yang diwakili oleh para ketua kelompok tani membawa sampel komoditas yang akan ditawarkan yang telah memenuhi kriteria termasuk *grading* kelas dan kualitas kepada panitia pasar lelang. Penetapan harga sesuai dengan informasi harga terakhir yang dipantau oleh panitia pasar lelang sebelumnya dari harga yang berlaku di Pasar Induk ataupun pasar lokal. Selanjutnya panitia atau pengurus pasar lelang menawarkan kepada calon pembeli, di antaranya para pedagang lokal maupun pedagang besar dari Jakarta, Cibitung, Kramatjati ataupun pasar-pasar induk lainnya di Bandung.

Biaya angkutan biasanya merupakan tanggungjawab dari para pembeli/pedagang. Pada saat dilakukan pelelangan, biasanya para pedagang dan pembeli sudah membawa kendaraannya untuk mengangkut barang tersebut. Sementara itu, pembayaran atas komoditas dilakukan melalui panitia pasar lelang, yaitu melalui bendahara pasar lelang dan selanjutnya diserahkan kepada petani.

Keuntungan bagi pasar lelang seharusnya dapat diperoleh melalui ketentuan yang sudah ditetapkan. Dalam ketentuan tersebut, panitia lelang mendapat jasa keuntungan sebesar Rp. 5 sampai Rp. 25 per kilogram dari petani, tergantung pada harga yang terjual. Namun demikian, ketentuan tersebut belum bisa diterapkan, mengingat kondisi dan situasi yang belum memungkinkan untuk dilakukan. Di samping itu secara tidak langsung aktivitas tersebut masih merupakan ajang promosi untuk menarik minat petani ikut dalam proses pelelangan. Oleh karena itu jika hal tersebut diterapkan maka ada kemungkinan para petani tidak tertarik membawa barang/komoditas yang dihasilkan untuk dipasarkan ke pasar lelang, mengingat selama ini sistem pemasaran untuk beberapa jenis komoditas sayuran maupun buah-buahan yang dilakukan oleh sebagian besar petani sudah cukup lancar serta masing-masing sudah mempunyai jalur dan ikatan dagang langsung dengan para pedagang baik pedagang pengumpul desa, bandar kecamatan atau bahkan secara langsung berhubungan dengan para pedagang besar di beberapa pasar induk (Setiajie, 2004b).

Para pedagang besar, sampai saat ini bisa langsung datang ke petani atau ke pedagang desa untuk memperoleh komoditas yang diperlukan tanpa harus melalui pasar lelang yang ada, dengan patokan harga yang berlaku atau disepakati. Hal ini pula yang sekaligus menjadi kendala bagi kegiatan pelelangan.

Berdasarkan informasi dari panitia pasar lelang, kendala utama yang dihadapi oleh pasar lelang saat ini adalah bagaimana menarik minat petani untuk mau memasarkan barang yang dihasilkannya melalui pasar lelang. Sebagian besar petani sudah terikat modal dengan pedagang atau bandar yang memberikan modal awal untuk kegiatan usahatani, sehingga pada saat panen, harus dijual kepada pedagang tersebut.

Posisi pasar lelang menjadi lemah jika dihadapkan pada permasalahan diatas, karena pasar lelang harus dapat memenuhi kebutuhan modal yang diperlukan petani. Namun demikian jika hal tersebut dilakukan, maka sudah menyalahi konsep pelelangan itu sendiri.

Kendala lain adalah bahwa secara geografis posisinya berdekatan dengan Pasar Maja yang selama ini dikenal sebagai terminal dan sekaligus sebagai pasar lelang dan pasar induk tradisional. Pasar Maja kadangkala juga merupakan tempat pelelangan atau pemasaran beberapa komoditas dari berbagai sentra produksi yang ada di luar kecamatan atau di luar kabupaten, mengingat Pasar Maja dapat memberikan tingkat harga jual yang relatif tinggi dibandingkan pasar lokal lainnya. Jumlah pedagang besar atau bandar yang datang ke pasar Maja juga lebih banyak. Adanya kepercayaan dari para bandar besar terhadap kualitas komoditas yang dihasilkan dari daerah sekitar Maja selama ini, menyebabkan *trade mark* komoditas Maja telah mendapat tempat yang baik di beberapa pasar induk. Tidak jarang pada saat pasokan dari daerah ini berkurang, para pedagang lokal maupun regional mendatangkan komoditas sayuran sejenis dari daerah sentra produksi lainnya, untuk selanjutnya di jual ke pedagang besar di pasar induk.

Sementara itu pasar lelang untuk komoditas buah-buahan, berdasarkan informasi dari Dinas Pertanian dan Bappeda Kabupaten Majalengka (2000), selama ini belum pernah dilakukan secara formal dalam tatanan pasar lelang yang resmi. Para pedagang pengumpul, pedagang besar maupun bandar buah-buahan mengemukakan bahwa pola dan sistem pelelangan melalui pasar lelang, terutama untuk komoditas buah-buahan khususnya mangga, sangat kecil kemungkinannya akan berjalan dengan segala ketentuan yang sudah ditetapkan, mengingat selama ini tataniaga relatif lancar. Di sisi lain mangga sebagian besar masih merupakan tanaman pekarangan dengan jumlah pohon yang terbatas dan bersifat musiman. Hal lain yang terpenting untuk bahan pertimbangan dalam pembentukan pasar lelang di tingkat produsen adalah adanya keterkaitan antara pemilik tanaman mangga dengan beberapa tengkulak atau pengepul dalam sistem penanganan hasil serta pemasarannya.

Pemenuhan kebutuhan ekonomi petani pohon mangga oleh tengkulak ataupun bandar, secara tidak langsung mengikat petani untuk menjual mangganya kepada pemberi modal. Tidak ada kebebasan bagi petani untuk menjualnya ke tempat lain, termasuk kepada

pasar lelang. Dengan adanya pembelian sistem ijon, posisi tawar menawar petani sangat dilemahkan. Begitu pula di tingkat pedagang pengumpul, sebagian besar pedagang atau bandar sudah sejak lama terjalin saluran tataniaga dan hubungan dagang dengan pedagang pengumpul ataupun bandar di pasar induk serta tempat pemasaran akhir lainnya. Permasalahan tersebut akan menyulitkan keberadaan pasar lelang untuk menjalankan fungsinya sebagai mediator antara petani dengan para konsumen, pedagang pengumpul serta bandar.

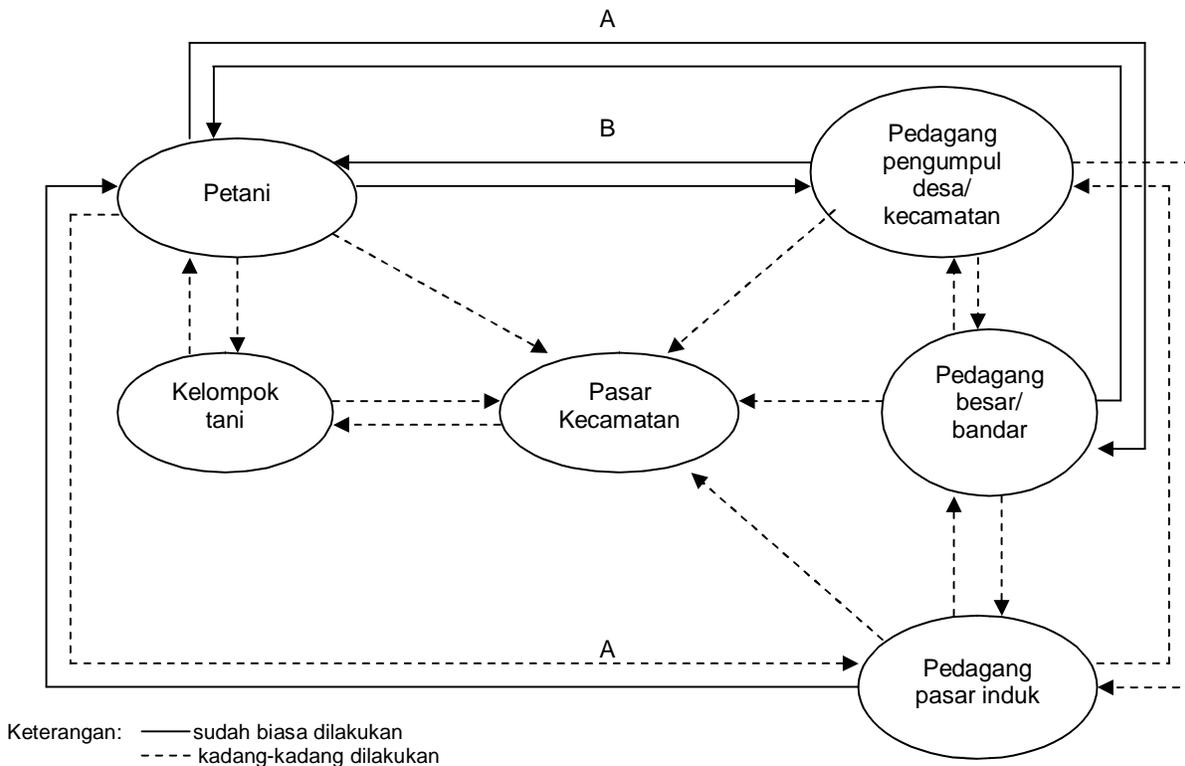
KONDISI EMPIRIS PEMASARAN KOMODITAS PERTANIAN

Pada dasarnya kegiatan pemasaran komoditas hasil pertanian Indonesia selama ini sangat dipengaruhi oleh adanya keterkaitan antara para petani dengan berbagai jenis pedagang, baik yang secara langsung maupun tidak langsung terlibat dalam proses pemasaran hasil pertanian tersebut. Hasil kajian Syahyuti (1998 dan 2004) dikemukakan bahwa di dalam jaringan perdagangan pertanian di Indonesia terdapat tiga jenis pelaku yang dibedakan berdasarkan keterlibatan modal (uang) dan risiko yang ditanggungnya. Ketiga pelaku yang dimaksud adalah pedagang biasa, pedagang kaki tangan dan pedagang komisioner secara langsung. Melalui komposisi dan struktur organisasi di dalamnya, pasar hasil-hasil pertanian di Indonesia telah membentuk kelembagaannya tersendiri.

Dari kondisi empiris sistem pemasaran yang ada di wilayah contoh kasus, maka secara umum sistem pemasaran, komoditas tanaman pangan dan hortikultura dapat dikemukakan pada Gambar 1.

Sebagian besar petani, terutama petani dengan skala usaha kecil dan menengah, lebih banyak memasarkan produksinya melalui pedagang pengumpul desa, selain itu ada juga ke pedagang kecamatan (bandar) atau bahkan ke pedagang dari pasar induk dan pedagang besar lainnya yang datang langsung ke petani.

Alur pemasaran lainnya adalah petani menjual ke pedagang pengumpul kemudian dari pedagang pengumpul dipasarkan ke pedagang besar bahkan kepada pedagang dari



Gambar 1. Aliran Pemasaran Komoditas Pertanian di Lokasi Produksi

pasar induk. Bagi para petani dengan usahatani skala besar, pemasaran produksi juga kadang-kadang dilakukan langsung ke pedagang Pasar Induk.

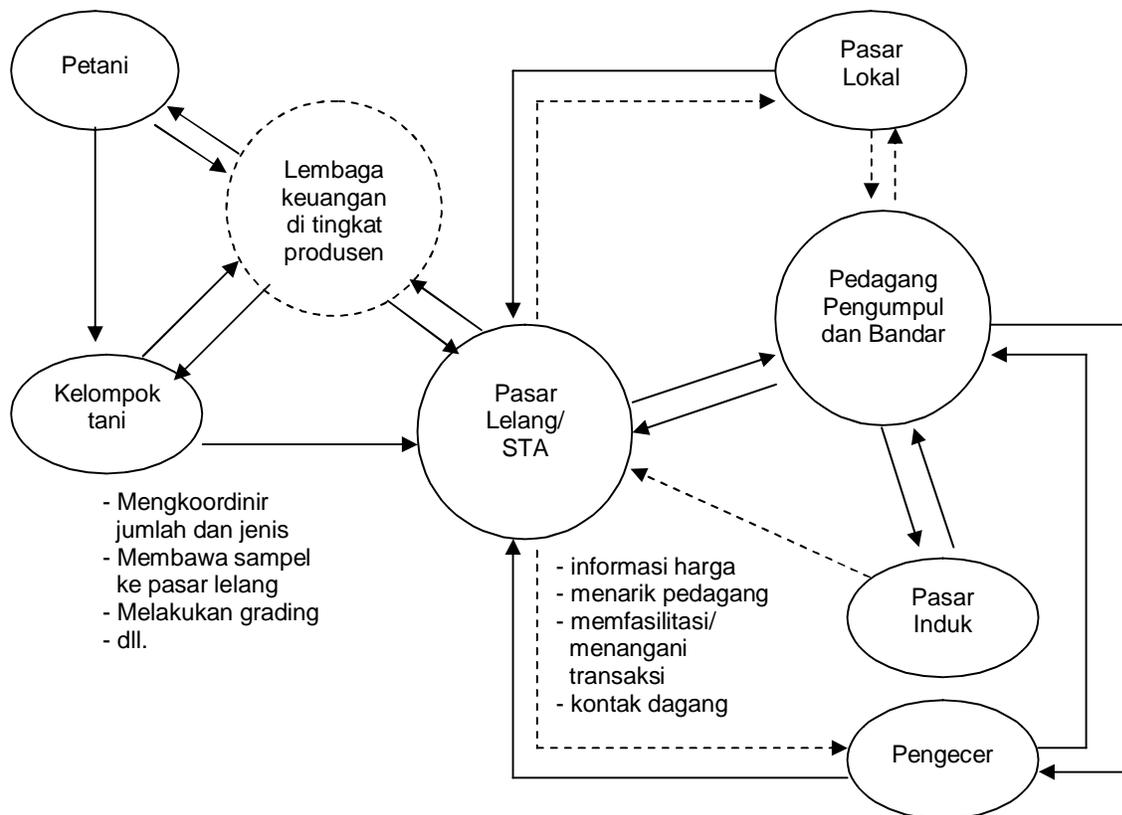
Dengan dua pola tataniaga seperti ini, maka pasar lelang dan kelompok tani tidak berfungsi penuh, hanya sewaktu-waktu dilibatkan dengan kegiatan yang terbatas. Hal ini disebabkan karena selama ini semua faktor produksi pada sebagian besar petani dipenuhi oleh para pedagang. Petani mempunyai kewajiban yang terikat untuk menjual hasilnya kepada mereka (Setiajie, 2004b).

Dalam kondisi seperti ini, maka kedudukan pasar lelang menjadi kurang berfungsi. Berikut ini dicoba disampaikan suatu rumusan tentang catatan alur tataniaga yang berusaha memfungsikan keberadaan pasar lelang sekaligus diharapkan dapat menjadi embrio bagi terbentuknya STA di sentra produksi (Gambar 2).

MODEL SISTEM PASAR LELANG SEBAGAI EMBRIO KONSEP STA

Berdasarkan ilustrasi pada Gambar 2, petani pada beberapa komoditas tertentu (yang sama) atau berdasarkan komoditas yang dominan di sentra produksi, memasarkan hasil produksinya dengan dikoordinir oleh ketua kelompok tani. Dengan cara ini ketua kelompok mempunyai data dan sampel produk yang akan ditawarkan kepada pembeli melalui pasar lelang/STA dan sekaligus mengetahui harga pasar yang terbentuk, setelah menyerahkan sampelnya ke petugas lelang. Tugas kelompok tani disini adalah mengkoordinir jumlah produksi serta menyeleksi menjadi beberapa kriteria sesuai dengan kualitas produksi yang dihasilkan. Dengan demikian akan memberikan dampak positif bagi petani dengan menghasilkan produk yang baik dan meningkatkan kualitas produksi, sekaligus dapat memfungsikan kelompok tani.

- Melakukan penanaman komoditas unggulan
- Melakukan kegiatan usahatani



Gambar 2. Alternatif Kegiatan Pemasaran yang Mencoba Memfungsikan Kelembagaan Pasar Lelang dan Sub Terminal Agribisnis (STA) di Sentra Produksi

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 yang 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. Di samping itu juga petani harus mampu mengelola modalnya dengan baik dan mengadopsi teknologi produksi dan pemasaran untuk menjamin kegiatan usaha secara berkesinambungan (Irawan, 2003).

Dalam rangka peningkatan kualitas manajemen petani maka pengelolaan usaha produksi sebaiknya dilakukan secara kolektif dalam bentuk kelompok-kelompok petani,

mengingat pembentukan keputusan yang bersifat kolektif adalah lebih penting dari pada pelaksanaan kegiatan secara kolektif. Pengembangan usaha agribisnis secara kolektif tersebut juga sangat berguna untuk menekan biaya penganalasan sarana produksi dan biaya pemasaran akibat peningkatan skala usaha di samping meningkatkan posisi tawar petani dalam pembentukan harga (Irawan, 2003).

Fungsi pasar lelang/STA dalam hal ini adalah untuk mempertemukan antar pedagang (pembeli) kepada komoditas yang ditawarkan oleh kelompok tani. Tampak bahwa peran terpenting pasar lelang/STA sangat terkait dengan informasi harga pasar yang terjadi dengan patokan di tingkat pasar induk. Untuk itu jumlah luas tanam (pola tanam) dan perkiraan produksi di daerah produksi harus didata dan diketahui sebelumnya, sehingga para pedagang mendapatkan informasi yang jelas.

Fungsi lain dari pasar lelang/STA, adalah melakukan fungsi pelelangan atau mengatur sepenuhnya proses transaksi antara petani yang diwakili kelompok tani dengan beberapa pedagang, melalui ketentuan yang sudah disepakati sebelumnya. Selain memberikan informasi harga dan menjembatani proses transaksi tersebut, pasar lelang/ STA juga harus menjadi lembaga penghubung antara petani dengan lembaga keuangan, dalam merekomendasikan jumlah modal yang dibutuhkan sesuai dengan jumlah produksi yang dapat dijual atau dipasarkan.

Dengan demikian, pasar lelang/STA akan bisa menjembatani permodalan petani serta memberikan alternatif bagi petani untuk secara bertahap keluar dari ketergantungannya kepada para pemodal sebelumnya. Di harapkan para petani menjadi lebih bebas memasarkan produknya melalui pasar lelang/ STA.

Pasar lelang/STA yang ada juga harus bisa menjadi sumber pendistribusian kebutuhan produksi (barang) yang diminta oleh para pedagang. Dengan demikian secara tidak langsung peran pasar lelang/STA adalah merupakan "stabilisator" terhadap kesinambungan dan kontinuitas produksi serta ketersediaan produk di pasaran dan di tingkat konsumen yang pada akhirnya pembentukan harga relatif stabil.

Fungsi lembaga keuangan selain untuk memberikan pinjaman modal kepada petani (sebagai tujuan utamanya) juga menjadi pengikat secara tidak langsung terhadap pola pemasaran produk yang dihasilkan petani dengan pasar lelang/STA. Namun demikian ada beberapa hal yang perlu diperhatikan berkaitan dengan kelembagaan dan fungsinya, di antaranya adalah adanya kemudahan-kemudahan administrasi serta prosedur yang disederhanakan atau dengan kredit berbunga rendah. Lembaga keuangan senantiasa harus selalu berhubungan dengan para ketua/ kelompok tani dan pasar lelang/STA, agar dapat memantau kegiatan yang dilakukan oleh petani dan kegiatan pemasarannya. Kedudukan pedagang pengumpul dalam gambar di atas, adalah merupakan perpanjangan tangan para pedagang di tingkat atas. Para pedagang lokal dan pedagang pengecer selama ini juga disuplai para pedagang pengumpul desa atau bandar sehingga akses pedagang lainnya,

termasuk pedagang pengumpul tidak secara langsung datang ke petani, tetapi setiap saat dapat akses ke pusat pelelangan. Hubungan dengan kegiatan petani dan produksinya juga harus diketahui oleh pedagang pengumpul sebagai bahan untuk penentuan harga pembelian maupun harga jual ke tingkat pedagang yang lebih tinggi. Dengan demikian fungsinya tetap seperti semula, sebagaimana selama ini dijalankan. Pada saat-saat tertentu pedagang pengecer, pasar lokal dan pasar induk juga bisa akses ke pasar lelang/STA untuk mendapatkan komoditas yang dibutuhkannya. Bila memungkinkan juga ikut lelang sekalipun pada kondisi yang terbatas dibandingkan dengan pedagang pengumpul ataupun para pedagang pasar induk yang mempunyai pasokan yang cukup besar serta jumlah permodalan yang cukup kuat.

Struktur organisasi dan manajemen pasar lelang/STA harus secara terpadu. Hal ini berarti kepegawaian/kepengurusan pasar lelang harus terdiri dari berbagai macam latar belakang dan status, terutama orang-orang yang banyak terlibat dalam struktur pemasaran serta komoditas yang pernah ditangani di daerah yang bersangkutan sesuai dengan keahliannya. Sumberdaya manusia tersebut, perlu diposisikan dalam bagian-bagian pekerjaan yang memang dikuasainya, ditambah dengan unsur penunjang lain yang memang potensial dan mempunyai waktu penuh untuk mengorganisasikan kelembagaan tersebut secara profesional.

Untuk menghidupi kebutuhan operasional pasar lelang/STA harus ditentukan bagian (berapa persen) yang diterima pasar lelang/STA. Melalui kesepakatan dalam transaksi, pendaftaran pelelangan serta besarnya sewa ongkos angkut yang sudah disetujui, atau diperkirakan oleh pasar lelang, dalam bentuk dan keanggotaan pasar lelang/STA itu sendiri, atau semacam registrasi intern para pemilik barang dengan pasar lelang/STA melalui jasa dan pelayanan yang telah diberikan.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN

Sub Terminal Agribisnis (STA) merupakan salah satu struktur kelembagaan yang cukup penting di masa yang akan datang, dalam upaya mendorong pemasaran komo-

ditas pertanian yang dihasilkan di berbagai wilayah yang semakin beragam, sekaligus menjadi kelembagaan pertanian yang dapat memberikan jaminan kepastian harga produk pertanian yang dipasarkan oleh petani sebagai produsen, sehingga harga yang diterima dapat menguntungkan para petani.

Konsep STA melalui sistem pasar lelang sebagai konsep baru dalam pelaksanaannya masih dihadapkan pada beberapa kendala, khususnya perubahan sistem serta perilaku dari para pelaku kegiatan usaha pertanian di berbagai daerah sentra produksi. Kendala-kendala tersebut berakar dari hal-hal berikut:

- (a) Petani produsen khususnya komoditas sayuran maupun terhadap para pelaku kegiatan tataniaga lainnya yang ada dalam sistem pemasaran, masih dilakukan dengan cara pemasaran langsung kepada pedagang, baik pedagang pengumpul di tingkat desa, kecamatan bahkan langsung ke pedagang besar dari pasar induk yang datang ke lokasi produksi. Sistem pemasaran langsung tersebut, menjadikan kegiatan pasar lelang tidak bisa berjalan dalam tatanan yang sesungguhnya.
- (b) Adanya ketergantungan petani di dalam sistem permodalan usahatani yang dilakukan selama ini, juga merupakan faktor utama yang menyebabkan tidak bisa berjalannya sistem pemasaran melalui kegiatan pasar lelang. Proses mendapatkan modal usahatani tergantung banyak dengan pinjaman yang diberikan oleh pemilik modal besar yang sebagian besar juga merupakan para pedagang. Sehingga untuk pengembalian modal usahatani yang dipergunakan, maka penjualan hasil produksi cenderung lebih banyak dilakukan kepada para pedagang yang memberikan modal tersebut.
- (c) Adanya hubungan keterkaitan yang sudah lama terjalin dalam sistem permodalan, ditambah dengan adanya kepercayaan yang terjalin lama serta adanya jaminan harga dan penjualan dari para pemilik modal yang menampung seluruh produksi yang dihasilkan, selain memberikan kepercayaan pemasaran pada komoditas yang dihasilkan juga secara tidak langsung merupakan peluang bagi kegiatan usahatani pada pertanaman berikutnya.

- (d) Keterbatasan skala usahatani juga merupakan kelemahan di dalam posisi tawar menawar serta pemasaran produk yang dihasilkan selama ini. Keterbatasan dalam memperoleh informasi harga yang transparan di tingkat pasar yang lebih tinggi, menyebabkan tingkat harga yang diterima petani produsen lebih rendah dari harga yang berlaku di pasaran.
- (e) Keberadaan dan fungsi pasar lelang yang dirintis nampaknya belum banyak diketahui oleh sebagian petani, termasuk di dalamnya fungsi, visi dan misi yang menjadi tujuan adanya pasar lelang tersebut. Selain itu penentuan lokasi keberadaan pasar lelang yang kurang strategis, menyebabkan kegiatan pasar lelang yang ada belum dapat dimanfaatkan dengan baik oleh petani dan pedagang dalam melakukan kegiatan transaksi penjualan maupun pembelian komoditas yang dihasilkan khususnya dari sentra produksi setempat.
- (f) Agar keberadaan subterminal agribisnis dapat dimanfaatkan secara optimal, maka berbagai hambatan yang ada perlu dihilangkan. Penyediaan modal usahatani bagi petani produsen perlu ditingkatkan ragam dan jangkauannya, sehingga petani tidak lagi menggantungkan diri kepada pedagang dan sekaligus terikat untuk memasarkan kepada pedagang tersebut. Artinya, kelembagaan permodalan harus menjadi sarana pelengkap pada sebuah STA. Khusus untuk pasar lelang, pemilihan lokasi dan sosialisasi keberadaan serta sistem operasionalnya kepada petani dan pedagang perlu menjadi perhatian untuk mengoptimalkannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Bustanul. 2001. *Spektrum Kebijakan Pertanian Indonesia, Telaahan, Struktur, Kasus dan Alternatif Strategi*. Erlangga. Jakarta.
- Badan Agribisnis, Departemen Pertanian. 2000. *Petunjuk Teknis Pengembangan Sub Terminal Agribisnis*. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2000. *Majalengka Dalam Angka Tahun 2000*. BPS Kabupaten Majalengka.

- Bapeda Kabupaten Majalengka. 2000. Rencana Pembangunan Tahunan Daerah (Repe-tada) Tahun 2002. Pemerintah Daerah Kabupaten Majalengka.
- Dinas Pertanian Tanaman Pangan Kabupaten Majalengka. 2000. Rencana Strategis (Renstra) Tahun 2001-2005 Kabupaten Majalengka.
- Dinas Pertanian Tanaman Pangan Provinsi Jawa Barat. 2000. Identifikasi Sentra Pengembangan Agribisnis Komoditas Unggulan di Jawa Barat. Laporan Akhir. Kerjasama Dinas Pertanian Tanaman Pangan Provinsi Jawa Barat dengan Lembaga Penelitian UNPAD. Bandung.
- Dinas Pertanian Tanaman Pangan Provinsi Jawa Barat. 2001. Kajian Pengembangan Pemasaran Model Pelelangan Komoditas Agribisnis pada Sentra Produksi. Kerjasama Dinas Pertanian Tanaman Pangan Provinsi Jawa Barat dengan PT Arjasari Primarya Bandung.
- Dinas Pertanian Tanaman Pangan. 1999. Laporan Tahunan 1999. Majalengka.
- Irawan, B. 2003. Membangun Agribisnis Hortikultura Terintegrasi dengan Basis Kawasan Pasar. FAE Vol. 21 No. 1, Juli 2003. Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian. Bogor.
- Musanif, J. 2004. Pasar Dalam Negeri, Internasional, BPP dan Terminal Agribisnis. Sinar Tani, Edisi 26 Mei – 1 Juni 2004 No.3049 Tahun XXXIV.
- Sapuan. 1996. Peranan Agribisnis Dalam Teori Keseimbangan. Jurnal Prakarsa No.3 Th. Ke II, Edisi Mei 1996. PDP-UNPAD. Bandung.
- Saragih, B. 1995. Pengembangan Agribisnis Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional Menghadapi Abad-21. Orasi Ilmiah Guru Besar Tetap Ilmu Ekonomi Sumberdaya, Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor, 21 Desember 1995. Bogor.
- Setiajie, I. 2004a. Menjadikan Sub Terminal Agribisnis (STA) sebagai Kelembagaan Pemasaran di Sentra Produksi. Sinar Tani Edisi 4-10 Februari 2004. No.3033 Tahun XXXIV.
- Setiajie, I. 2004b. Model Pasar Lelang Sebagai Embrio Konsep Kelembagaan. Sub Terminal Agribisnis (STA): Suatu Pemikiran. Sinar Tani, Edisi 14-20 Januari 2004. No.3030 Tahun XXXIV dan Edisi 7-13 Juli 2004 No.3055 Tahun XXXIV.
- Sukmadinata, T. 2001. Sistem Pengelolaan Terminal Agribisnis dan Sub Terminal Agribisnis Secara Terpadu untuk Memberikan Nilai Tambah Pelaku dan Produk Agribisnis. Makalah pada Apresiasi Manajemen Kelayakan Terminal Agribisnis, Sub Terminal Agribisnis, Pergudangan dan Distribusi, tanggal 14-16 Agustus 2001. Cisarua.
- Sumodiningrat, Gunawan. 2000. Pembangunan Ekonomi Melalui Pengembangan Pertanian. PT. Bina Reni Pariwara. Jakarta.
- Syahyuti. 1998. Beberapa Karakteristik dan Perilaku Pedagang Pemasaran Komoditas Hasil-hasil Pertanian di Indonesia. Forum Penelitian Agro Ekonomi (FAE), Volume 16 No. 1 Juli 1998. Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian. Bogor.
- Syahyuti. 2004. Pemerintah Pasar dan Komunitas: Faktor Utama dalam Pengembangan Agribisnis di Pedesaan. Forum Penelitian Agro Ekonomi (FAE) Vol. 22 No.1, Juli 2004. Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian. Bogor.
- Tambunan, A.. 2001. Kriteria Rancangan Terminal Agribisnis/Sub Terminal Agribisnis. Makalah pada Apresiasi Manajemen Kelayakan Terminal Agribisnis, Sub Terminal Agribisnis, Pergudangan dan Distribusi, tanggal 14-16 Agustus 2001. Cisarua.
- Tanjung, D. 2001. Metoda Analisis Studi Kelayakan Pembangunan TA/STA. Makalah pada Apresiasi Manajemen Kelayakan Terminal Agribisnis, Sub Terminal Agribisnis, Pergudangan dan Distribusi, tanggal 14-16 Agustus 2001. Cisarua.