



DASAR-DASAR AGROBISNIS (TEORI & APLIKASI)

Rizki Risanto Bahar, S.Tr., M.M.A.
Amruddin
Ir. Roosganda Elizabeth, M.Si., MS.PNLP.
BRIN
Sari Anggarawati
Dr. Abdurohim, SE, MM
Tesalonika Kezia Risakotta, S.Pi, M.Si
Dr. Rokhman Permadi, S.P., M.P
Yusmia Widiastuti, SP, MM
Nurul Risti Mutiarasari, S.P., M.Si
Deby M Kewilaa, S.Pi., M.Si

DASAR-DASAR AGROBISNIS (Teori & Aplikasi)

Editor:

**DR., D.Sc., Drs., Sunarno SastroAtmodjo, S.E., S.H.,
S.T., S.AP., S.IP., S.Sos., S.IKom., M.M., M.Sc., M.Si.**

Penulis:

Rizki Risanto Bahar, S.Tr., M.M.A.

Amruddin

Ir. Roosganda Elizabeth, M.Si., MS.PNLP.

BRIN

Sari Anggarawati

Dr. Abdurohim, SE, MM

Tesalonika Kezia Risakotta, S.Pi, M.Si

Dr. Rokhman Permadi, S.P., M.P

Yusmia Widiastuti, SP, MM

Nurul Risti Mutiarasari, S.P., M.Si

Deby M Kewilaa, S.Pi., M.Si



GET PRESS INDONESIA

DASAR-DASAR AGROBISNIS (Teori & Aplikasi)

Penulis :

Rizki Risanto Bahar, S.Tr., M.M.A.

Amruddin

Ir. Roosganda Elizabeth, M.Si., MS.PNLP.

BRIN

Sari Anggarawati

Dr. Abdurohim, SE, MM

Tesalonika Kezia Risakotta, S.Pi, M.Si

Dr. Rokhman Permadi, S.P., M.P

Yusmia Widiastuti, SP, MM

Nurul Risti Mutiarasari, S.P., M.Si

Deby M Kewilaa, S.Pi., M.Si

ISBN : 978-623-198-506-4

Editor : DR., D.Sc., Drs., Sunarno SastroAtmodjo, S.E., S.H., S.T., S.AP.,
S.IP., S.Sos., S.IKom., M.M., M.Sc., M.Si.

Penyunting: Yuliatr M.Hum.

Desain Sampul dan Tata Letak : Atyka, S.Pd.

Penerbit : GET PRESS INDONESIA

Anggota IKAPI No. 033/SBA/2022

Redaksi :

Jl. Palarik, Air Pacah, Kecamatan. Koto Tangah,

Kota Padang, Sumatera Barat

Website : www.getpress.co.id

Email : adm.getpress@gmail.com

Cetakan pertama, Juli 2023

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk
dan dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT, atas limpahan rahmat dan hidayahNya, maka Penulisan Buku dengan judul Dasar-Dasar Agrobisnis (Teori & Aplikasi) dapat diselesaikan. Buku ini berisikan bahasan tentang Bab 1 tengah dan akhir Pengertian, Konsep, Dan Sejarah Perkembangan Agrobisnis, Gerakan Kerjasama Dan Instrumen Nasional Pencegahan Korupsi, Analisis Dan Strategi Pengelolaan Lingkungan Agrobisnis.

Buku ini masih banyak kekurangan dalam penyusunannya. Oleh karena itu, kami sangat mengharapkan kritik dan saran demi perbaikan dan kesempurnaan buku ini selanjutnya. Kami mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian Buku ini. Semoga Buku ini dapat menjadi sumber referensi dan literatur yang mudah dipahami.

Padang, Juli 2023
Tim Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
BAB 1 PENGERTIAN, KONSEP, DAN SEJARAH PERKEMBANGAN AGROBISNIS.....	1
1.1 Pendahuluan	1
1.2 Pengertian Agrobisnis	2
1.3 Konsep Agrobisnis.....	4
1.4 Sejarah Perkembangan Agrobisnis	8
DAFTAR PUSTAKA.....	13
BAB 2 SISTEM DAN KOMPONEN-KOMPONEN AGROBISNIS	14
2.1 Pendahuluan	14
2.2. Sistem Agribisnis	17
2.3. Komponen Agribisnis	20
2.4. Penutup	23
DAFTAR PUSTAKA.....	24
BAB 3 SISTEM PENDUKUNG AGROBISNIS	26
3.1 Pendahuluan	26
3.1.1 Agrobisnis.....	28
3.2.1 Pengertian, Sejarah, Konsep, Sistem Agribisnis	28
3.2 Sistem Pendukung Agrobisnis.....	31
DAFTAR PUSTAKA.....	35

BAB 4 PERAN AGROBISNIS DALAM PEREKONOMIAN	36
4.1 Pendahuluan	36
4.2 Sumber Pertumbuhan dan Kontribusi dalam Perekonomian.....	37
4.2.1 Sumber Pertumbuhan Ekonomi.....	37
4.2.2 Kontribusi dalam Perekonomian	39
4.3 Penyedia Bahan Pangan dan Bahan Baku Industri	40
4.3.1. Penyedia Bahan Pangan.....	41
4.3.2. Penyedia Bahan Baku Industri	43
4.4 Penyedia Lapangan Pekerjaan	44
4.5 Meningkatkan Pendapatan Daerah.....	46
4.5.1 Produksi Primer.....	46
4.5.2 Rantai Nilai (Value Chain)	48
4.6 Sumber Devisa	49
DAFTAR PUSTAKA.....	54
BAB 5 ORGANISASI PERUSAHAAN AGRIBISNIS.....	57
5.1 Pendahuluan	57
5.2 Organisasi Perusahaan Agribisnis.....	59
5.2.1 Pemenuhan sumber daya manusia yang dibutuhkan dalam mengimplementasikan program	66
DAFTAR PUSTAKA.....	70
BAB 6 GERAKAN KERJASAMA DAN INSTRUMEN NASIONAL PENCEGAHAN KORUPSI	75
6.1 Pendahuluan	75
6.2 Gerakan kerjasama dalam memberantas korupsi di dalam negeri	79

6.3 Instrumen Nasional pencegahan korupsi	83
DAFTAR PUSTAKA	86
BAB 7 PERENCANAAN USAHA BIDANG AGROBISNIS.....	90
7.1 Pendahuluan	90
7.2 Menentukan lokasi usaha	96
7.3 Menentukan jenis usaha sesuai komoditas pilihan	101
7.4 Menyusun perencanaan usaha agrobisnis.....	108
DAFTAR PUSTAKA	115
BAB 8 MANAJEMEN PRODUKSI DAN PEMASARAN AGROBISNIS.....	117
8.1 Pendahuluan	117
8.2 Manajemen Produksi Agrobisnis	118
8.3 Manajemen Pemasaran Agrobisnis.....	123
8.4 Manajemen Finansial Agrobisnis	127
8.5 Keberlanjutan Dan Etika Dalam Agrobisnis.....	129
DAFTAR PUSTAKA	132
BAB 9 RANTAI PASOK PRODUK AGROBISNIS.....	134
9.1 Pengertian	134
9.2 Fungsi Rantai Pasok	136
9.3 Aliran dalam Rantai Pasok	136
9.4 Jenis Rantai Pasok	138
9.5 Persyaratan Manajemen Rantai Pasok.....	140
9.6 Klasifikasi Manajemen Rantai Pasok.....	141
DAFTAR PUSTAKA	145
BAB 10 STRUKTUR BIAYA PERUSAHAAN AGROBISNIS... 146	
10.1 Pendahuluan.....	146

10.1.1 Biaya Variabel (<i>Variabel Costs</i>)	147
10.1.2 Biaya Tetap (<i>Fixed Costs</i>)	151
10.1.3 Biaya Finansial (<i>Financial Costs</i>)	154
10.1.4 Biaya Modal (<i>Capital Costs</i>)	155
10.2 Implikasi Struktur Biaya	155
DAFTAR PUSTAKA.....	161
BAB 11 ANALISIS DAN STRATEGI PENGELOLAAN LINGKUNGAN AGROBISNIS	162
11.1 Strategi Pengelolaan dan Agrobisnis.....	162
11.2 Ruang Lingkup Pengelolaan Agrobisnis	163
11.3 Pentingnya Strategi Pengelolaan Agrobisnis	164
11.4 Analisis SWOT dalam Strategi Pengelolaan Agrobisnis	166
DAFTAR PUSTAKA.....	177

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Diagram Sistem Agribisnis	5
Gambar 1.2	Perkembangan Agrobisnis	9
Gambar 1	Alur antar Subsistem Agribisnis	18
Gambar 2	Operasional Subsistem Agribisnis Peternakan..	8
Gambar 3.	Komponen Nilai Tambah Peternakan	20
Gambar 2	Integrasi dari Multidisiplin	30
Gambar 3	Integrasi Substansi & Kompetensi Keilmuan...	30
Gambar 4.1	Pertumbuhan PDB Menurut Lapangan Usaha (%).....	36
Gambar 4.2	Kinerja Pertumbuhan Sektor Unggulan Tahun 2011 – 2022	37
Gambar 4.3	Pengeluaran per Kapita Sebulan (%) Tahun 2021 dan 2022	40
Gambar 4.4	Pengeluaran per Kapita/Bulan Menurut Ragam Komoditas dan Daerah Tempat Tinggal (Rp), Tahun 2021 dan 2022	41
Gambar 4.5	Penduduk Menurut Status Pekerjaan Utama dan Lapangan Pekerjaan Utama, 2022	44
Gambar 4.6	Kontribusi (%) dan Nilai (Rp) PDRB Kategori Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan Kabupaten Lampung Timur, 2018- 2022	47
Gambar 4.7	Volume dan Nilai Ekspor Komoditas Perkebunan (Produk Primer dan Manufaktur) Tahun 2021	50

Gambar 4.8	Ekspor Komoditas Unggulan Kelapa Sawit (Miliar US \$)51
Gambar 5.1	Supply Chain pada Agribisnis56
Gambar 5.2	Manajemen Agribisnis58
Gambar 5.3	Organisasi Sentral62
Gambar 5.4	Organisasi Desentralisasi63
Gambar 5.5	Organisasi Bentuk Fungsional63
Gambar 5.6	Rentang Kendali Organisasi64
Gambar 5.7	Planning Human Resource65
Gambar 6.1	Perilaku Korupsi74
Gambar 6.2	Perilaku Korupsi77
Gambar 6.3	Gerakan Pencegahan Korupsi78
Gambar 10.1	Konsep Rantai Pasok133
Gambar 10.2	Tiga Macam Aliran dalam Rantai Pasok136
Gambar 10.1	Pengaruh Proporsi dari Penggunaan Biaya ..156

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	PDB Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha (Triliun Rupiah)38
Tabel 4.2	Produksi Perkebunan Besar Menurut Jenis Tanaman (ribu ton), 2018–202242
Tabel 4.3	Produksi Buah-buah dari Beberapa Kabupaten di Provinsi Lampung46
Tabel 4.4	Pertumbuhan Ekspor Non Migas (Persen)49
Tabel 4.5	Nilai Ekspor Golongan Barang (Juta US \$)49
Tabel 4.6	Volume (Kg) dan Nilai (US\$) Ekspor Produk Manufaktur Perkebunan52
Tabel 10.1	Berbagai Jenis Biaya Variabel Secara Umum.152
Tabel 10.1	Sensitivitas Margin Kotor154
Tabel 11.1	Matrik untuk Model Analisis SWOT170
Tabel 11.2	Diagram Matriks SWOT171
Tabel 11.3	Rangkuman Matriks Internal Kekuatan dan Kelemahan172
Tabel 11.4	Rangkuman Matriks Eksternal Peluang dan Ancaman172
Tabel 11.5	Matriks QSP (Quantitative Strategic Planning Matrix)175

BAB 1

PENGERTIAN, KONSEP, DAN SEJARAH PERKEMBANGAN AGROBISNIS

1.1 Pendahuluan

Agrobisnis merupakan sistem yang mengintegrasikan kegiatan pertanian, pengolahan hasil pertanian, distribusi, pemasaran, dan penjualan produk pertanian yang memiliki peranan penting dalam ekonomi global dan mempengaruhi kehidupan manusia sehari-hari dengan mempertimbangkan aspek lingkungan, sosial, dan ekonomi, agrobisnis dapat membantu memenuhi kebutuhan manusia untuk makanan, energi, dan bahan baku secara berkelanjutan. Mencakup berbagai jenis usaha seperti pertanian, peternakan, perikanan, perkebunan, dan kehutanan.

Tujuan dari agrobisnis adalah untuk meningkatkan efisiensi produksi, meningkatkan kualitas produk pertanian, dan memperluas pasar untuk produk-produk tersebut dengan mempertimbangkan teknologi pertanian, manajemen usaha, keuangan, pemasaran, dan kebijakan pemerintah. Oleh karena itu, para pelaku agrobisnis harus memiliki pengetahuan yang luas dan keterampilan yang baik dalam mengelola usaha pertanian secara efektif dan efisien.

Memahami agrobisnis sangat penting bagi para pelaku usaha pertanian untuk mengelola bisnis mereka dengan baik

dan efektif. Dengan memahami aspek produksi, manajemen keuangan, pemasaran produk, dan kebijakan pemerintah, para pelaku agrobisnis dapat mengoptimalkan kinerja bisnis mereka serta memanfaatkan peluang dan menghadapi tantangan dalam sektor pertanian dengan lebih baik.

1.2 Pengertian Agrobisnis

Agrobisnis (tidak baku dalam KBBI : agribisnis) merupakan gabungan kata dari *agro* (ilmu yang mempelajari mengenai pertanian) dan *business* (kegiatan ekonomi yang berorientasi pada profit). Maka secara sederhana, Agrobisnis adalah kegiatan usaha pertanian yang berorientasi pada profit. Pada dasarnya, agrobisnis mengacu pada semua kegiatan yang saling terkait dengan produksi, pengolahan, distribusi, dan pemasaran produk pertanian serta semua aktivitas bisnis lainnya seperti perbankan pertanian, asuransi pertanian, konsultasi bisnis, *research and development*, dan lain sebagainya.

Perkembangan definisi Agrobisnis/Agribisnis dari beberapa ahli diantaranya :

Tahun 1957, John Davis dan Ray Golberg menerangkan bahwa agribisnis meliputi berbagai kegiatan yang terlibat dalam proses produksi dan distribusi input pertanian, operasi produksi di lahan pertanian, penyimpanan, pengolahan, dan distribusi komoditas pertanian beserta komponen-komponennya.

Tahun 1985, Arsyad dkk mendefinisikan agribisnis merupakan suatu kesatuan kegiatan usaha yang meliputi salah satu atau keseluruhan dari mata rantai produksi, pengolahan hasil dan pemasaran yang ada hubungannya dengan pertanian dalam arti luas.

Tahun 1989, menurut Saragih dalam Soekardono (2009) agribisnis merupakan suatu sektor ekonomi modern dan besar

dari pertanian primer yang mencakup paling sedikit empat subsistem yaitu

1. Subsistem agribisnis hulu
2. Subsistem usahatani
3. Subsistem agribisnis hilir
4. Subsistem jasa layanan pendukung

Tahun 1991, Beierlein dan Woolverton menjelaskan bahwa agribisnis mencakup tidak hanya individu atau kelompok yang terlibat dalam pengolahan tanah, tetapi juga meliputi pihak-pihak dan perusahaan yang menyediakan bahan baku, memproduksi makanan, serta melakukan distribusi dan penjualan kepada konsumen.

Tahun 1999, Sonka dan Hudson menerangkan bahwa agribisnis terdiri dari serangkaian interaksi antara sub-sektor yang berbeda diantaranya

1. Perusahaan perbenihan
2. Pemasok input produksi
3. Penghasil pertanian
4. Penanganan pasca panen
5. Pengolahan
6. Pengecer
7. Konsumen

Tahun 2012, Setiawan mendefinisikan agribisnis merupakan aktivitas usaha tani dan proses produksi pangan skala besar (berbasis kapital) dan usaha penunjang (produksi pupuk, pestisida, dan alat mesin) yang karakteristiknya tergolong industri besar.

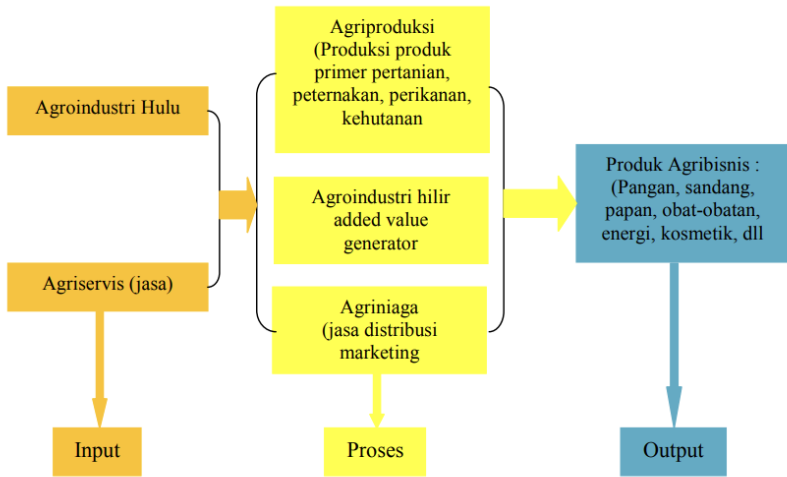
Tahun 2020, Krisnamuthi menerangkan bahwa agribisnis adalah sistem rangkaian usaha-usaha (bisnis-bisnis)

mulai dari usaha pengadaan sarana produksi pertanian, usahatani, usaha pasca panen, usaha sortasi, penyimpanan dan pengemasan produk pertanian; usaha industri pengolahan produk pertanian, dan berbagai usaha megchantarkan produk (berbasis) pertanian sampai ke konsumen; serta sejumlah kegiatan penunjang yang melayani sistem rangkaian usaha itu, seperti lembaga pelayanan pembiayaan, lembaga pelayanan informasi, dan lembaga pemerintah yang mengeluarkan kebijakan dan peraturan yang terkait.

Dari beberapa definisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa Agrobisnis/Agribisnis merupakan Agribisnis merupakan kegiatan bisnis yang terkait dengan produksi, pengolahan, distribusi, dan pemasaran produk-produk pertanian. Agribisnis meliputi seluruh proses dari pengolahan lahan, tanam, panen, pasca panen, hingga pemasaran produk pertanian dan non-pertanian yang dihasilkan dari sektor pertanian. Tujuan dari agribisnis adalah untuk memaksimalkan keuntungan dari setiap tahap produksi, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan petani, produsen, dan konsumen.

1.3 Konsep Agrobisnis

Konsep agrobisnis merujuk pada cara pengelolaan usaha yang terkait dengan produksi, pengolahan, distribusi, dan pemasaran produk pertanian yang melibatkan aspek manajemen produksi, manajemen sumber daya alam, manajemen keuangan, manajemen pemasaran, dan manajemen rantai pasok dengan berbagai skala usaha, mulai dari usaha kecil hingga besar, dan dapat melibatkan berbagai jenis pihak seperti petani, pabrikan, perusahaan distribusi, dan pedagang.



Gambar 1.1 Diagram Sistem Agribisnis
(Sumber : Pengantar Agribisnis/Arifin dan Biba)

Menurut Arifin dan Biba (2017) konsep agribisnis menghasilkan sistem yang digolongkan ke dalam lima kelompok bisnis diantaranya :

1. Agroindustri hulu
Unit bisnis yang memproduksi input untuk komponenkomponen lainnya dalam sistem agribisnis, termasuk untuk usahatani, usaha perikanan, dan kehutanan.
2. Agriservis
Unit bisnis penyedia jasa (selain jasa niaga). Termasuk di dalam komponen ini antara lain kegiatan riset dan pengembangan, penyuluhan, informasi, perkreditan, asuransi, pendidikan dan pelatihan, dan lain-lain.
3. Agriproduksi
Unit bisnis yang menghasilkan produk-produk primer, identik dengan usahatani, usaha perikanan dan kehutanan.
4. Agroindustri hilir

Unit bisnis yang menjalankan fungsi pengolahan produk primer menjadi barang siap konsumsi (*final product*) ataupun produk antara (*intermediate product*) untuk unit bisnis lainnya. Contoh produk-produk yang tergolong produk antara ialah minyak sawit sebagai bahan baku agriindustri kimia, tepung terigu sebagai bahan baku agriindustri makanan, dan lain-lain.

5. Agriniaga

Unit bisnis yang berfungsi menyelenggarakan proses distribusi barang dan jasa antar-unit usaha dan antara sistem agribisnis dengan konsumen akhir. Komponen agriniaga tergolong bisnis jasa, akan tetapi dipisahkan dari komponen agriservis, karena komponen agriniaga dipandang memiliki peran penting dalam hubungannya dengan kebijakan publik di bidang stabilitas pasar dan distribusi pendapatan antarpelaku usaha. Pemisahan ini juga bermanfaat bagi keperluan analisis dan perumusan kebijakan pengembangan agribisnis.

Sementara itu, menurut Krisnamurthi (2020) agribisnis menjelaskan bahwa agribisnis memiliki lingkup yang jauh lebih luas dari sekadar pengertian bertani, bercocoktanam, atau pertanian primer. Agribisnis adalah sejumlah usaha yang terangkai dalam suatu sistem dan terdiri atas beberapa subsistem yaitu

1. Subsistem agribisnis hulu

Kegiatan usaha yang menghasilkan dan memperdagangkan sarana produksi pertanian primer (seperti industri pupuk, obat-obatan, bibit/benih, serta alat dan mesin pertanian)

2. Subsistem usahatani

Disebut sebagai sektor pertanian (primer)

3. Subsistem agribisnis hilir

Kegiatan usaha yang mengolah hasil pertanian primer menjadi produk olahan, baik dalam bentuk siap dimasak atau untuk digunakan (*ready to cook/ready for used*)

maupun siap dikonsumsi (*read to eat*) beserta kegiatan perdagangannya di pasar domestik dan internasional.

4. Subsistem jasa layanan pendukung

Lembaga keuangan dan pembiayaan, transportasi, penyuluhan dan layanan informasi agribisnis, penelitian dan pengembangan, kebijakan pemerintah, dan asuransi agribisnis.

Konsep agribisnis menjadi semakin penting dalam pengembangan sektor pertanian, karena konsep ini mengarahkan pada pengelolaan sumber daya pertanian secara profesional, yang meliputi produksi, pengolahan, pemasaran, dan distribusi produk pertanian. Seiring dengan perubahan yang terjadi di sektor pertanian dan perkembangan teknologi, konsep agribisnis terus mengalami perkembangan untuk memenuhi tuntutan pasar yang semakin kompleks dan dinamis.

Dalam hal ini, berbagai konsep agribisnis mulai berkembang, seperti pertanian berkelanjutan, agroteknologi, agribisnis digital, agribisnis berbasis komunitas, dan agribisnis berkelanjutan berbasis kemitraan. Konsep-konsep ini memiliki tujuan yang sama yaitu meningkatkan efisiensi produksi, kualitas produk, dan memperbaiki kondisi sosial ekonomi petani dan masyarakat pedesaan secara keseluruhan. Oleh karena itu, perlu untuk memahami konsep-konsep agribisnis yang terus berkembang agar dapat menjawab tantangan masa depan di sektor pertanian.

King et al (2010) menjelaskan bahwa perkembangan konsep agribisnis mendorong dalam bidang keilmuan dan penelitian terbagi menjadi dua yaitu

1. *Agribusiness Economics*

Mempelajari koordinasi vertikal dan horizontal antara partisipan dalam rantai pangan, dengan penekanan khusus pada bagaimana institusi, organisasi, dan pasar

mempengaruhi koordinasi vertikal dan horizontal dalam sistem pangan

2. *Agribusiness Management*

Mempelajari pengambilan keputusan di dalam struktur tatakelola rantai pangan alternatif (*alternative food chain government structures*).

1.4 Sejarah Perkembangan Agrobisnis

Agrobisnis merupakan sebuah konsep pengelolaan usaha pertanian secara profesional, yang meliputi seluruh proses produksi, pengolahan, pemasaran, dan distribusi produk pertanian. Konsep ini menjadi semakin penting seiring dengan perkembangan zaman, karena tuntutan pasar yang semakin kompleks dan dinamis memerlukan pendekatan bisnis dalam pengelolaan sumber daya pertanian.

Menurut Krisnamurthi (2020) sejarah perkembangan pertanian di dunia dimulai dari :

1. Beralih dari berburu
Manusia mulai beralih dari kegiatan berburu yang berpindah-pindah ke kegiatan yang bersifat menetap seperti bertani.
2. Pertanian berpindah
Pertanian belum sepenuhnya dilakukan secara menetap, petani segera berpindah tempat saat hasil taninya mulai menurun.
3. Bertanam dan beternak
Manusia menemukan cara untuk bertanam dan memelihara ternak secara sederhana.
4. Muncul spesialisasi
Peningkatan kemampuan dalam berbudidaya memunculkan spesialisasi dalam pengusahaan komoditas.
5. Lahirnya alat tukar

Surplus pada produk budidaya mendorong terjadinya pertukaran. Mekanisme transaksi awalnya dilakukan dengan barter, kemudian beralih ke sistem uang.

6. Bisnis pertanian

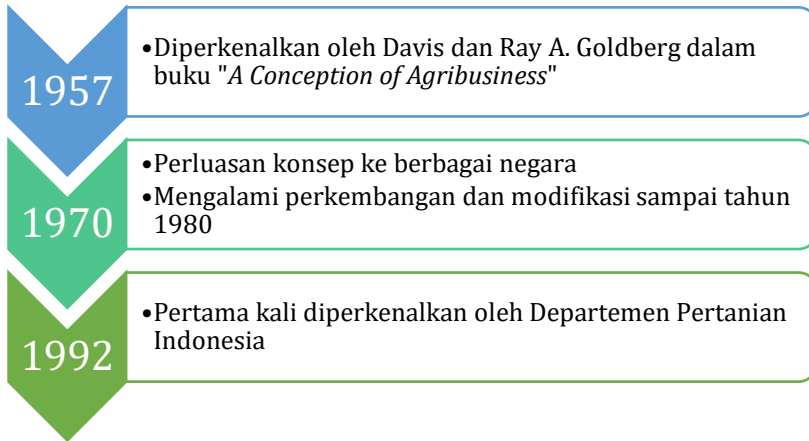
Munculnya uang mengubah orientasi kegiatan pertanian pada pencapaian keuntungan dan motif komersil.

Agrobisnis/agribisnis pertama kali diperkenalkan dalam buku yang ditulis oleh Davis dan Goldberg pada tahun 1957 berjudul *"A Concept of Agribusiness"*. Dalam buku tersebut, Agribisnis didefinisikan sebagai :

"Sum total of all operations involved in the manufacture and distribution of farm supplies; production operations on the farm; and the storage, processing, and distribution of farm commodities and items made from them"

Dengan arti agribisnis adalah penjumlahan total dari seluruh kegiatan yang menyangkut manufaktur dan distribusi sarana produksi pertanian, kegiatan yang dilakukan usahatani, serta penyimpanan, pengolahan, dan distribusi dari produk pertanian serta produk lain yang dihasilkan dari produk pertanian.

Perkembangan konsep agrobisnis/agribisnis diperkenalkan pada tahun 1957 dan tahun 1992 konsep agribisnis diterapkan di Indonesia



Gambar 1.2 Perkembangan Agrobisnis

Agribisnis sebagai sektor yang sangat penting bagi perekonomian banyak negara di dunia termasuk Indonesia, agribisnis telah mengalami berbagai fase perkembangan sepanjang sejarahnya. Dalam beberapa dekade terakhir, fase perkembangan agribisnis telah mengalami perubahan yang signifikan, terutama sebagai dampak dari kemajuan teknologi dan globalisasi. Perubahan ini memengaruhi semua aspek agribisnis, termasuk produksi, pemasaran, distribusi, dan manajemen.

Menurut Arifin (2004), terdapat fase-fase perkembangan agribisnis di Indonesia diantaranya

1. Fase konsolidasi (1967-1978)

Pada fase ini, sektor pertanian tumbuh sekitar 3.39%, disebabkan oleh kinerja subsektor tanaman pangan dan perkebunan yang tumbuh masing-masing 3.58% dan 4.53%. Hal ini tidak terlepas dari kebijakan pemerintah yaitu

a. Intensifikasi

intensifikasi sering pula diterjemahkan penggunaan teknologi biologi dan kimia (pupuk, benih unggul, pestida dan hebisida) dan teknologi mekanis

(traktorisasi dan kombinasi manajemen air irigasi dan drainase).

b. Ekstensifikasi

Perluasan area yang mengkonversi hutan tidak produktif menjadi areal persawahan dan pertanian lain.

c. Diversifikasi

Penganekaragaman usaha agribisnis untuk menambah pendapatan rumah tangga petani, sampai pada usahatani terpadu peternakan dan perikanan yang telah menjadi andalan masyarakat pedesaan umumnya

2. Fase tumbuh tinggi (1978-1986)

Fase yang penting bagi pengembangan agribisnis di Indonesia. Sektor pertanian tumbuh lebih dari 5,7%, karena strategi pembangunan ekonomi memang berbasis pertanian. Peningkatan produksi pangan, perkebunan, perikanan dan peternakan hampir semuanya tumbuh tinggi dan bahkan mencatat angka pertumbuhan produksi 6,8%. Revolusi Hijau telah cukup berjasa meningkatkan produktivitas pangan sampai 5,6%. Hal lebih penting lagi adalah bahwa revolusi teknologi pangan pada saat itu juga menjadi salah satu indikasi tingkat pemerataan di tingkat pedesaan (bahkan perkotaan).

3. Fase dekonstruksi (1986-1997)

Pada fase ini, sektor pertanian memang mengalami kontraksi tingkat pertumbuhan di bawah 3.4 persen pertahun, amat kontras dengan periode sebelumnya. Pada periode 1986-1997 ini sering dinamakan fase dekonstruksi karena sektor pertanian mengalami fase pengacuan (*ignorance*) oleh para perumus kebijakan dan bahkan oleh para ekonom sendiri.

4. Fase krisis (1997-2001)

Ketika sektor pertanian harus menanggung dampak krisis ekonomi untuk menyerap limpahan tenaga kerja sektor informal dan perkotaan, daya tahan sektor pertanian tidak cukup kuat. sektor pertanian hanya tumbuh sekitar 1-2%. Tingkat pertumbuhan sebesar itu tentu saja tidak mampu menciptakan lapangan kerja, apalagi jika harus menyerap pertumbuhan tenaga kerja baru, terutama di pedesaan. Akibatnya, dalam dua tahun terakhir, sektor pertanian terus menerus terpojok dan terpinggirkan.

5. Fase Transisi dan Desentralisasi (2001-sekarang)

Fase transisi politik dan periode desentralisasi ekonomi saat ini memang tidak terlalu jelas bagi segenap pelaku agribisnis di Indonesia. Pengembangan agribisnis dalam fase desentralisasi ekonomi dan pembangunan ekonomi regional harus diterjemahkan menjadi peningkatan basis kemandirian daerah yang secara teoritis dan empiris mampu mengalirkan dan bahkan menciptakan dampak ganda aktivitas ekonomi lain di daerah. Pemilihan atau aplikasi strategi pengembangan ekonomi lokal menjadi begitu krusial dalam konteks desentralisasi ekonomi dan otonomi daerah seperti sekarang.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin dan A Biba. 2017. Pengantar Agribisnis. Mujahid Press. Bandung.
- Arifin, Bustanul. 2004. Refleksi dan Pengembangan Agribisnis Indonesia. Agrimedia Volume 9 No 1.
- Arsyad, L., Hudiyanto, dan D. Waluyo. 1985. Agribisnis Suatu pilihan Bagi Upaya Peningkatan Produksi Non Migas di Indonesia. Jurnal Agro Ekonomika, 23: 23-42.
- Beierlein, J.G. dan Woolverton, M.W. 1991. *Agribusiness Marketing The Management Perspective*. Prietice-Hall. New Jersey.
- Davis, J.H. dan R.A Goldeberg. 1957. *A Concept of Agribusiness*. Harvard Business School. Research Division.
- King, R. P., Boehije, M., Cook, M. L., & Sonka, S. T. 2010. *Agribusiness Economics and Management*. American

- Journal of Agricultural Economics, 1–18.
<https://doi.org/10.1093/ajae/aaq009>
- Krisnamurthi, Bayu. 2020. Pengertian Agribisnis. IPB dan Puspa Swara. Depok.
- Setiawan, I. 2012. Agribisnis Kreatif: Pilar Wirausaha Masa Depan, Kekuatan Dunia Baru Menuju Kemakmuran Hijau. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Soekardono. 2009. Ekonomi Agribisnis Peternakan, Teori dan Aplikasinya. Penerbit Akademika Pressindo, Jakarta.
- Sonka, S.T. dan M.A Hudson, M.A. 1989. Why Agribusiness Anyway?. *Agribusiness: An International Journal* 5, 305-14.

BAB 2

SISTEM DAN KOMPONEN-KOMPONEN AGROBISNIS

2.1 Pendahuluan

Pembangunan agrobisnis/agribisnis (lebih lanjut disebut agribisnis) menjadi pilihan penting secara berkelanjutan, dengan memperhatikan mata pencaharian pokok masyarakat

yang bermukim di perdesaan adalah bertani. Pembangunan sistem agribisnis perlu dijadikan penggerak utama pembangunan Indonesia secara keseluruhan. Hal ini karena beberapa sebab, diantaranya amanat konstitusi dan landasan politis, sektor pertanian memberi sumbangan besar terhadap PDB dan devisa negara, sektor pertanian mampu mendukung sektor industri serta mampu menyediakan keragaman menu pangan (Firdaus, 2018).

Peluang agribisnis di Indonesia sangat cerah diantaranya; (1) tanah relatif subur dan cocok dengan tanaman pangan, (2) memiliki iklim yang cukup bersahabat, (3) berada pada garis katulistiwa yang beriklim tropis, (4) pemerintah masih menempatkan sektor pertanian sebagai sektor andalan, serta (5) Indonesia memiliki aliran sungai, bendungan dan saluran irigasi yang cukup.

Istilah agribisnis pertama kali diperkenalkan di Amerika (1955) dan oleh Davis dan Goldberg dalam buku *A Concept of Agribusiness* yang terbit pada tahun 1957. Buku tersebut adalah laporan hasil penelitian yang dilakukan untuk menjawab kenapa sektor pertanian AS tidak tumbuh seperti yang diharapkan dan kesejahteraan petani tidak semakin baik walaupun ditopang oleh SDA atau sumber daya alam yang sesuai, teknologi maju, petani (SDM) progresif serta fasilitas infrastruktur publik dan kebijakan yang kondusif.

Agribisnis kemudian berkembang ke seluruh dunia dan dipelopori keberadaannya oleh *Business School* di Harvard University kemudian masuk ke Indonesia sekitar tahun 1970-an. Dalam perkembangannya istilah agribisnis telah digunakan secara luas, baik satu sistem sebagai bidang studi maupun sebagai bidang usaha (Rahim dan Hastuti, 2005).

Kembali kepada Davis dan Goldberg, Setiawan (2012), mendeskripsikan penelitian kedua ahli ini yang menghasilkan

beberapa kesimpulan dan rekomendasi. *Pertama*, usahatani secara mikro dan sektor pertanian secara agregat sangat ditentukan oleh keberadaan dan kinerja sektor-sektor terkait diluar pertanian atau non usahatani. *Kedua*, masalah pokok pertanian AS bukanlah didalam sektor pertanian atau usahatani melainkan diluar sektor pertanian. *Ketiga*, permasalahan dan kebijakan untuk mendukung pembangunan pertanian haruslah berdasarkan perspektif sistem yaitu saling keterkaitan kinerja usahatani dengan usaha-usaha maupun jasa atau fasilitas penunjang diluar sektor pertanian atau non usahatani.

Kinsey, O'Keeffe dan Nickel dalam Setiawan (2012), agribisnis dapat dimaknai sebagai sebuah keterkaitan antara produsen dengan konsumen (rantai pasok). Menurut Dunne (1999), tiga kekuatan dasar yang mengendalikan perubahan dalam agribisnis modern, yakni globalisasi pasar, kecanggihan teknologi, dan lebih banyak orang yang terlibat dalam produksi. Agribisnis merupakan aktivitas usaha tani yang meliputi proses produksi pangan skala besar (berbasis kapital) dan usaha penunjang (produksi pupuk, pestisida, alat mesin) yang karakteristiknya tergolong industri besar.

Menurut Arsyad, *dkk* (1985), dikutip beberapa ahli menjelaskan bahwa agribisnis adalah suatu kesatuan kegiatan usaha yang meliputi salah satu atau keseluruhan dari mata rantai produksi, pengolahan hasil dan pemasaran yang ada hubungannya dengan pertanian dalam arti luas. Adapun dimaksudkan dengan pertanian dalam artian luas adalah kegiatan usaha yang menunjang kegiatan pertanian dan kegiatan usaha yang ditunjang oleh kegiatan pertanian (Soekartawi, 2010).

Saragih (1989) dalam Soekardono (2009), agribisnis merupakan suatu sektor ekonomi modern dan besar dari pertanian primer, yang mencakup paling sedikit empat

subsistem, yaitu (1) subsistem agribisnis hulu, (2) subsistem usahatani, (3) subsistem agribisnis hilir, dan (4) subsistem jasa layanan pendukung.

Agribusiness diartikan agrobisnis juga disebut usaha niaga tani. Penulis sepakat bahwa agribisnis atau agrobisnis merupakan bisnis berbasis utama usaha pertanian, baik sektor hulu maupun di sektor hilir (KBBI).

Bab ini penulis akan mendeskripsikan secara terpisah antara sistem agribisnis dan komponen agribisnis, walaupun pada beberapa literatur ditemukan ketika membahas sistem termaktub pula komponen agribisnis, begitu pula sebaliknya.

2.2. Sistem Agribisnis

Sistem merupakan sekumpulan elemen, himpunan dari suatu unsur, komponen fungsional yang saling berhubungan dan berinteraksi sama sama lain untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

Agribisnis merupakan suatu sistem yang terdiri dari atas empat subsistem yang saling terkait dan mendukung satu sama lain sebagai berikut;

1). Subsistem agribisnis hulu (*up stream agribusiness*), yang meliputi pengadaan dan penyaluran sarana produksi (saprodi) primer. Adapun yang termasuk subsistem hulu adalah pupuk dan pestisida (industri agrokimia), mesin dan peralatan atau alsintan (agroindustri otomotif) dan industri benih.

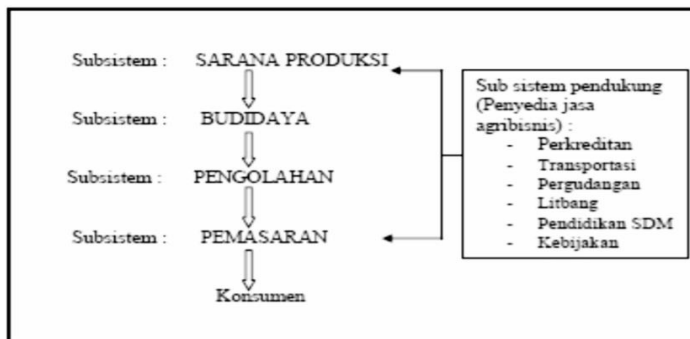
2). Subsistem produksi pertanian primer (*on farm agribusiness*), meliputi berbagai kegiatan yang menggunakan sarana yang dihasilkan dari subsistem sebelumnya atau subsistem agribisnis hulu.

3). Subsistem agribisnis hilir (*down stream agribusiness*), meliputi pengolahan komoditas pertanian primer menjadi produk olahan antara (*intermediate*

product) maupun produk akhir (*finished product*) beserta kegiatan distribusinya.

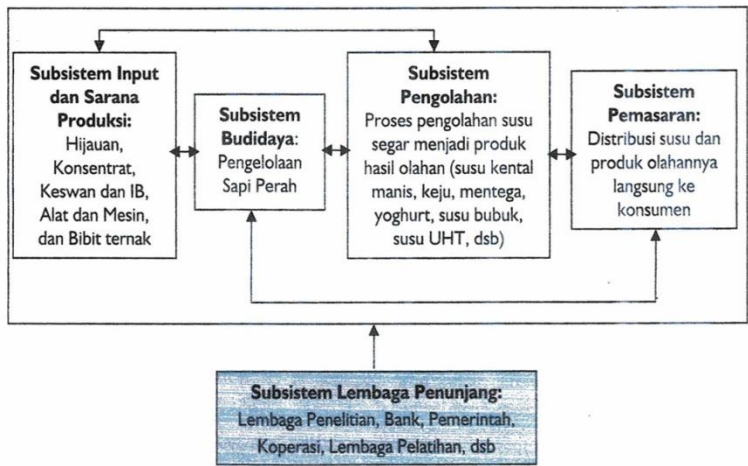
4). Subsistem pemasaran komoditas agribisnis (*marketing of agricultural products*).

Keempat subsistem agribisnis di atas dalam pelaksanaannya didukung oleh subsistem penunjang agribisnis (*supporting system*), sebagai jasa penunjang kegiatan-kegiatan subsistem agribisnis. Referensi lain menyebutnya sebagai subsistem pendukung (gambar 2). Subsistem penunjang agribisnis yaitu perkreditan, litbang (penelitian pengembangan), pergudangan, transportasi, dan pendidikan SDM, serta kebijakan pemerintah.



Gambar 1. Alur antar Subsistem Agribisnis

Sebagai suatu sistem tentu semua subsistem sangat penting eksistensinya, jika ada yang bermasalah (*error*) pada salah satu subsistem akan mengganggu keberhasilan dan keberlanjutan agribisnis.



Gambar 2. Operasional Subsistem Agribisnis Peternakan

Menurut Firman (2010) berdasarkan gambar 2, bahwa bisnis persusuan tidak dapat dipisahkan antara subsistem *off farm* (subsistem input dan sarana produksi), *on farm* (subsistem budidaya/produksi) dan *off farm II* (subsistem pengolahan dan pemasaran hasil) serta subsistem kelembagaan pendukung. Semua subsistem dalam agribisnis sapi perah memerlukan dukungan berbagai pihak.

Subsektor peternakan dalam operasionalnya seperti gambar di atas, mendeskripsikan bahwa subsistem agribisnis hulu dapat meliputi industri bibit ternak, pakan ternak, obat-obatan dan vaksin ternak, serta alat-alat dan mesin peternakan (alsinnak). Berdasarkan jenis luaran atau outputnya, subsistem usahatani (*on farm*) dapat digolongkan menjadi usaha ternak perah, ternak sapi potong/pedaging serta usaha ternak ayam potong/petelur. Subsistem agribisnis hilir meliputi usaha pemotongan ternak, industri susu, industri daging kaleng, industri telur asin, industri kulit, restoran dan sebagainya. Subsistem institusi penunjang meliputi lembaga penelitian

peternakan, penyuluhan, keuangan, kesehatan hewan dan sebagainya (Firman, 2010).

Agribisnis adalah sistem rangkaian usaha-usaha (bisnis-bisnis) mulai dari usaha pengadaan sarana produksi pertanian, usahatani, usaha pascapanen, usaha sortasi, penyimpanan dan pengemasan produk pertanian, usaha industri pengolahan produk pertanian, dan berbagai usaha menghantarkan produk (berbasis) pertanian sampai ke konsumen, serta sejumlah kegiatan penunjang yang melayani sistem rangkaian usaha itu, seperti lembaga sarana pembiayaan, lembaga pelayanan informasi, dan lembaga pemerintahan yang mengeluarkan kebijakan dan peraturan terkait (Krisnamurthi, 2020).

2.3. Komponen Agribisnis

Komponen adalah bagian dari suatu sistem yang mempunyai peran penting didalam keseluruhan aspek berlangsungnya suatu proses dalam pencapaian suatu tujuan di dalam sistem. Bagian dari keseluruhan yang membentuk suatu kesatuan (KBBI). Komponen agribisnis terdiri atas atau berupa bagian-bagian dari sistem atau subsistem agribisnis.

Komponen-komponen dalam usahatani diantaranya pangan, sayuran, ternak, ikan, perkebunan, bunga. Termasuk dalam pembuatan, pengadaan serta penyaluran saprodi adalah bibit, pupuk, pestisida serta alsintan. Adapun lembaga penunjang atau istilah Rahim dan Hastuti (2005), jasa layanan pendukung yang terdiri atas perbankan, infrastruktur (prasarana dan sarana), *research and development*, *human resources dan human natural*, pendidikan dan konsultan penyuluhan pertanian, layanan informasi agribisnis dan kebijakan pemerintah (*micro, macro, regional dan international*).

Soekardono (2009) menyatakan di dalam sistem agribisnis peternakan, subsistem hulu dan hilir jauh lebih

banyak memperoleh nilai tambah dibanding dengan subsistem budidaya (usahatani). Bandingkan pendapatan peternak sapi perah dengan pabrik pengolahan susu, peternak sapi potong dengan pabrik sosis, peternak itik dengan perusahaan telur asin, dan seterusnya.



Gambar 3. Komponen Nilai Tambah Peternakan

Kondisi ini bukan hanya berlaku di Indonesia tetapi juga di negara-negara maju. Menurut Downey dan Erickson (1989) bahwa pendapatan petani dari usahatani hanya 30% sementara usaha diluar usahatani (hulu atau hilir) mencapai 70%. Namun, subsistem budidaya merupakan subsistem utama karena produk-produk peternakan yang digunakan oleh konsumen pada dasarnya dihasilkan oleh subsistem ini dan tanpa subsistem ini tidak mungkin ada subsistem agribisnis hulu dan hilir (Soekardono, 2009).

Seperti diketahui bahwa produk pertanian mempunyai sifat atau ciri penting yakni produk pertanian sebagian besar berupa bahan mentah/baku (*raw material*), produk-produk bersifat meruah (*bulky* atau *voluminous*), produk-produk mudah rusak (*perishable*). Penelitian Baga dan Puspita (2013) tentang analisis daya saing dan strategi pengembangan agribisnis gandum di Indonesia, mengemukakan beberapa komponen

faktor sumber daya yakni, (1) sumber daya alam yang meliputi syarat kondisi dan luas lahan, aksesibilitas terhadap input, biaya-biaya terkait dan produktivitas lahan, (2) sumber daya manusia, diantaranya petani, pedagang/pengumpul, pemandu lapang dan jabatan lainnya, (3) sumber daya iptek, (4) sumber daya modal dan (5) sumber daya infrastruktur, meliputi transportasi/jalan, pasar, listrik, dan alat komunikasi. Dari setiap komponen daya saing tersebut, terdapat keterkaitan antar komponen yang saling mendukung dan tidak saling mendukung. Keterkaitan yang tidak saling mendukung lebih dominan dalam pengembangan agribisnis gandum (Baga dan Puspita, 2013).

Aspek penting dalam kegiatan agribisnis dalam perspektif sosiologi adalah organisasi. Konsep cara produksi dapat digunakan dalam hal ini. Untuk itu dapat dirujuk tiga tipe cara produksi yang tampaknya relevan dikenakan pada dunia pertanian Indonesia; (1) Produksi Subsistem (*subsistence production*), usaha pertanian oleh dan untuk rumah tangga petani, (2) Produk Komersialis (*petty commodity production*), usaha pertanian/luar pertanian skala kecil oleh rumah tangga untuk pasar. (3) Produksi Kapitalis (*capitalist production*), usaha pertanian/luar pertanian skala menengah/pasar oleh perusahaan untuk pasar.

Petani jika berusahatani secara individu akan terus berada dipihak yang lemah karena petani secara individu akan mengelola dengan luas garapan kecil, terpencar-pencar serta kepemilikan modal yang rendah. Sensus pertanian merupakan kegiatan pendataan terhadap data pertanian di suatu daerah yang dilakukan Pemerintah setiap 10 tahun sekali. Sensus ini jelas dilaksanakan untuk mendapatkan data statistik pertanian yang lengkap dan akurat supaya diperoleh gambaran tentang struktur pertanian di Indonesia. Hasil sensus pertanian 2013 dan Survei Pertanian Antar Sensus (SUTAS) 2018, mendeskripsikan bahwa petani gurem semakin banyak. Dengan

demikian pemerintah perlu memperhatikan penguatan kelembagaan lewat kelompok tani dan atau gapoktan karena dengan berkelompok maka petani akan lebih kuat, baik dari segi kelembagaannya maupun permodalan. Ini kemudian memperjelas bahwa selain kegiatan hulu-hilir, subsistem kelembagaan penunjang akan saling melengkapi dengan keempat subsistem sebelumnya.

Tantangan agribisnis di era industri antara lain adalah terjadinya fenomena degradasi dan penyempitan lahan, berkurangnya penyediaan tenaga kerja profesional dan berkualitas serta pemanfaatan SDA yang semakin terbatas. Hasil penelitian Amruddin (2022) di Desa Kanjilo sebagai desa perbatasan kota mengalami ancaman deprivasi sosial-ekonomi maka ditawarkan “teori” siaga deprivasi perubahan desa yakni (1) siaga kebijakan, (2) siaga solidaritas, (3) siaga masyarakat tani, dan (4) siaga pemenuhan nafkah. Pada siaga kebijakan, Pemerintah secara struktural harus mampu menjadi bagian dari masyarakat yang bergerak pada asas kepentingan masyarakat dan melindungi masyarakat baik dari aspek penghidupan dan sumber kehidupan. Sedangkan pada siaga pemenuhan nafkah, pemerintah harus memberikan modal pemikiran atau startegi pemenuhan nafkah, baik dalam bentuk pemberdayaan, pelatihan dan cara investasi.

2.4. Penutup

Kunci keberhasilan pembangunan agribisnis adalah terbangun interkoneksi antara sistem dan komponen agribisnis. Agribisnis mencakup semua kegiatan termasuk pengadaan serta penyaluran saprodi, produksi primer, pengolahan produk (inovatif dan kreatif), pemasaran dan kelembagaan pendukung/penunjang dalam sebuah sistem yang terpadu dan selaras, dari hulu sampai ke hilir.

DAFTAR PUSTAKA

- Amruddin (2022). Strategi Nafkah Petani pada Desa Perbatasan Kota. Penerbit Media Sains Indonesia. Bandung.
- Baga, L.M. dan Puspita, A.A.D. (2013). Analisis Daya Saing dan Strategi Pengembangan Agribisnis Gandum Lokal Di Indonesia. Jurnal Agribisnis Indonesia, Vol.1 No.1, Hal.9-26.

- Firman, A. (2010). Agribisnis Sapi Perah, Dari Hulu Sampai Hilir. Penerbit Widya Padjadjaran. Bandung.
- Firdaus, M (2018). Manajemen Agribisnis. Penerbit Bumi Aksara. Jakarta.
- Gumbira, S, Intan, A.H. (2004). Manajemen Agribisnis. Penerbit Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Kisnamurthi, B., Pambudy, R., Dabukke, F.BM (editor). (2010). Refleksi Agribisnis. Penerbit IPB Press. Bogor.
- Krisnamurthi, B. (2020). Pengertian Agribisnis. Penerbit Puspa Swara bekerjasama dengan Departemen Agribisnis Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB.
- Rahim, A dan Hastuti, D.R.D. (2005). Sistem Manajemen Agribisnis. Badan Penerbit Universitas Negeri Makassar.
- Setiawan, I. (2012). Agribisnis Kreatif : Pilar Wirausaha Masa Depan, Kekuatan Dunia Baru Menuju Kemakmuran Hijau. Penerbit Penebar Swadaya. Jakarta.
- Soekardono. (2009). Ekonomi Agribisnis Peternakan : Teori dan Aplikasinya. Penerbit Akademika Pressindo. Jakarta.
- Soekartawi. (2010). Agribisnis : Teori dan Aplikasinya. Penerbit PT. Raja Grafindo Persada.

BAB 3

SISTEM PENDUKUNG AGROBISNIS

3.1 Pendahuluan

Di era globalisasi saat ini, keragaman produk dan usaha/bisnis tumbuh marak dan berkembang seiring pesatnya laju peningkatan teknologi disegala lini dan sendi perekonomian, termasuk di bidang pertanian. Perekonomian Indonesia sebagai negara agraris telah bertumbuh pesat dengan besarnya kontribusi sektor pertanian terhadap perekonomian daerah dan nasional dalam APBD dan APBN mengindikasikan peran penting dan strategisnya terutama menjadi *buffer* dan *back bone* di saat krisis ekonomi melanda. Sektor dan subsektor pertanian menjadi sumber pendapatan utama umumnya penduduk di perdesaan dan pelaku yang terlibat, dan menjadi salah satu tujuan program kebijakan pembangunan pedesaan (*rural development*) untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan di perdesaan.

Berbagai permasalahan pertanian yang muncul dalam beberapa tahun terakhir, seperti anomali iklim yang tidak terprediksi dan tinggi serta luasnya cakupan serangan HPT penyebab gagal panen/fuso, kegagalan produksi pangan akibat bencana alam; tingkat impor bahan pangan yang relatif tinggi; impor ilegal (aktivitas penyelundupan dan manipulasi dokumen (*under-invoice*) yang merugikan negara, baik dalam bentuk jumlah maupun harganya); tingkat kepemilikan lahan (*land holding capacity*) yang sangat rendah (kurang dari 0,01-0,25 ha, bahkan

landless), tingginya alih fungsi/konversi lahan menyebabkan meningkatnya petani gurem bahkan *landless*; harga BBM yang semakin mahal; kredit perbankan dengan suku bunga yang relatif memberatkan petani maupun UKM; kesulitan peningkatan produksi atau produktivitas beras, jagung, ubi kayu, ubi jalar, kedelai maupun tanaman pangan pokok lainnya; serta mekanisasi dan pola tanam yang tidak mungkin dilakukan secara serentak dan penyebab lainnya mengakibatkan terancamnya ketahanan pangan akibat pasokan pangan dalam negeri yang tidak selalu mampu mencukupi jumlah kebutuhan yang ada (Suwandi; dalam: Elizabeth. 2022).

Untuk itu diperlukan keseriusan dalam penanganannya dengan berbagai upaya dalam memberagamkan berbagai usaha di bidang pangan dan berbagai upaya dalam menghasilkan diversifikasi produk olahan berbasis pertanian dan non pangan. Pengusahaan pertanian dalam ranah ekonomi dan bisnis (perdagangan) dapat diartikan sebagai agribisnis, sehingga agribisnis merupakan kegiatan usaha menghasilkan pendapatan dan perekonomian dari berbagai produk berbasis hasil pertanian dan produk olahannya (agroindustri) (Elizabeth. 2004; dalam: Elizabeth. 2023). Kelembagaan agribisnis sangat berperan dalam menentukan terhadap keberhasilan pembangunan pertanian, karena diharapkan akan mampu berkontribusi terhadap aksesibilitas petani terhadap pengembangan sosial ekonomi petani, serta pasar.

Disamping itu, usaha agroindustri sebagai produk agribisnis adalah memperluas dan keberagaman kegiatan ekonomi, perluasan kesempatan kerja dan berusaha, serta pemasarannya memacu peningkatan ekonomi rumah tangga, daerah dan nasional (Elizabeth, 2023). Namun semua akan menjadi keniscayaan semata tanpa disertai motivasi, ketrampilan, kompetensi, kreativitas dan minat pelaku usaha berbasis produk pertanian yang produktif sangat penting ditumbuh-kembangkan untuk meningkatkan produk dan keberagaman olahan/agroindustri bukan

raw material saja (Elizabeth, 2007; 2014; 2022); yang tentunya disertai modal dalam pelaksanaannya, yang sumbernya sangat beragam baik berasal dari lembaga kredit formal maupun informal (Mubyarto, 1977). Tujuan akhir dari setiap usaha termasuk pertanian adalah memperoleh keuntungan setinggi-tingginya (Elizabeth. 2019; 2022; 2023).

Agrobisnis atau agribisnis merupakan totalitas kegiatan yang terkait dalam manufaktur dan distribusi dari sarana prasarana pertanian, usahatani dan produksi, pengolahan, penyimpanan, dan distribusi produk pertanian, termasuk pelaku yang terlibat, dan semua badan usaha/lembaga non farm sebagai penyediannya/yang melayani kegiatan tersebut (pasar, restoran, supermarket, retail/kios/warung). Kesimpulannya, agribisnis adalah rangkaian sejumlah kegiatan dan usaha/bisnis, mulai dari pengadaan sarana produksi, usahatani, hingga pasca panen (penyimpanan, pengolahan/agroindustri, pengemasan, distribusi hingga sampai ke konsumen, termasuk berbagai kegiatan dan lembaga pendukung sebagai penunjang kegiatan tersebut, seperti lembaga input saprodi, output produk, processing, distribusi jasa dan pelayanan, market, informasi/telekomunikasi, swasta, non swasta, serta pemerintah (regulasi dan kebijakan).

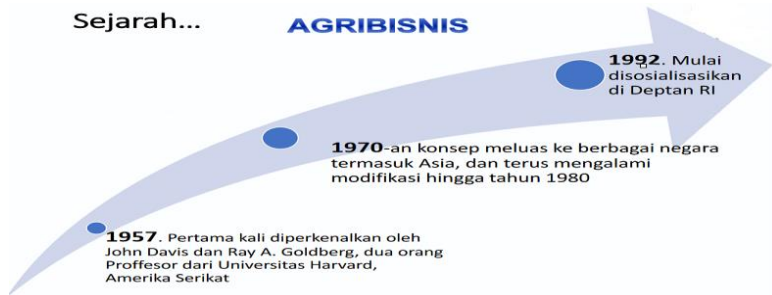
3.1.1 Agrobisnis

3.2.1 Pengertian, Sejarah, Konsep, Sistem Agribisnis

Agrobisnis sering dipertukarkan dengan istilah agribisnis, kedua istilah ini sebenarnya berbeda. Kata agro berasal dari kata agros (Yunani) mengandung arti tanah atau hamparan lahan, seperti agrogronomi, kata agro digunakan dalam penamaan aktivitas yang bertalian dengan budidaya pertanian di lahan; Kata agroindustri identik dengan industri pertanian, yaitu mengolah hasil pertanian

primer menjadi produk olahan. Lingkup agronomi (usaha tani) atau agroindustri lebih sempit daripada lingkup agriculture (pertanian).

Menurut konsep, agribisnis atau agrobisnis memiliki konsep sama, hanya saja istilah agribisnis lebih populer digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Di era yang serba digital dan tinggi, aspek kompetensi, ketrampilan, kepekaan terhadap jenis produk dan jenis usaha/bisnis, berani memilih, menentukan dan kompetitif disertai aspek lainnya merupakan faktor krusial yang harus dimiliki pelaku usaha/bisnis, disamping berbagai faktor penting lainnya.



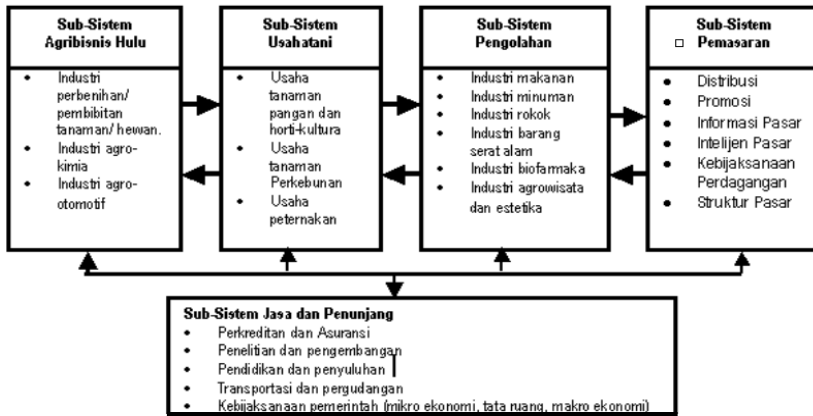
Konsep Agribisnis dan Pengembangannya

Istilah Agribisnis pertama kali muncul di dalam bukunya Davis dan Goldberg (1957) yang berjudul “A Concept of Agribusiness”, yang mendefinisikan konsep Agribisnis sebagai:

“Sum total of all operations involved in the manufacture and distribution of farm supplies; production operations on the farm; and the storage, processing, and distribution of farm commodities and items made from them”

Agrobisnis, disebut juga usaha niaga tani, merupakan bisnis berbasis usaha pertanian atau bidang lain yang mendukungnya, baik di sektor hulu maupun di hilir. Penyebutan "hulu" dan "hilir" mengacu pada pandangan pokok bahwa agrobisnis bekerja pada rantai sektor pangan (Wikipedia).

Sistem Agribisnis:



Subsistem input (hulu) atau off farm-up stream, yaitu: subsistem pengadaan sarana produksi pertanian. Subsistem ini mendukung kegiatan on-farm (pertanian primer) dengan menyediakan input/faktor produksi untuk kegiatan on-farm (contoh: industri pupuk, pakan, benih/bibit, obat-obatan dan alat/mesin pertanian).

Subsistem on-farm (pertanian primer/usahatani/budidaya), yaitu: subsistem yang melakukan usahatani atau proses budidaya menghasilkan produk pertanian primer (contoh: usahatani tanaman pangan, ternak, ikan, perkebunan, dan hortikultura).

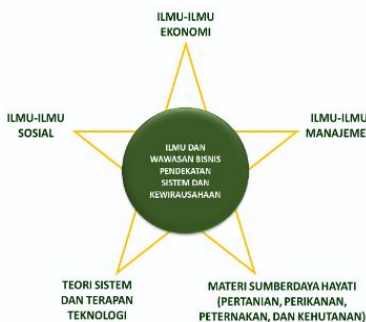
Subsistem pengolahan dan pemasaran (off-farm down stream) atau subsistem hilir, yaitu :

a. Sub sistem pengolahan, melakukan pengolahan produk primer menjadi produk setengah jadi atau jadi (contoh: industri pengolah gabah-beras, industri tepung beras, industri coklat bubuk, industri permen coklat, industri tahu-tempe, industri kecap.

b. Sub sistem pemasaran, yang melakukan aktivitas pemasaran dalam negeri - internasional (bisnis/perdagangan internasional) produk pertanian primer maupun produk olahannya.

Subsistem penunjang (supporting system): merupakan subsistem yang mendukung semua aktivitas dari semua subsistem mulai dari hulu, om-farm dan hilir (contoh: lembaga: keuangan, penelitian, pendidikan (PT/UNIV), kebijakan pemerintah (mikro-makro ekonomi, tataruang dll).

Keterkaitan antar sub sistem (hulu, budidaya, hilir penunjang) yang harmonis dan efisien melalui rantai nilai/food system secara terintegrasi sangat diperlukan, sehingga perlu kolaborasi/ kemitraan diantara stake holder baik secara integrasi vertical maupun horizontal.



Gambar 2. Integrasi dari Multidisiplin



Gambar 3. Integrasi Substansi & Kompetensi Keilmuan

3.2 Sistem Pendukung Agribisnis

Sistem agribisnis merupakan suatu sistem yang terdiri dari berbagai subsistem, yang secara garis besar terdiri dari empat subsistem, yaitu (1) subsistem pengadaan dan penyaluran sarana dan prasarana produksi, meliputi benih, bibit, pupuk, pestisida, alat-alat/mesin, dan peralatan produksi pertanian, (2) subsistem produksi primer/usaha tani (on-farm),

(3) subsistem pengolahan atau agroindustri, dan (4) subsistem pemasaran.

Meskipun pertanian telah menjadi satu-satunya sektor yang mampu bertahan dengan pertumbuhan yang positif pada masa pasca-krisis, tetapi tanpa pengelolaan yang lebih baik dan lebih serius, produk-produk agribisnis Indonesia akan sulit bersaing dengan negara-negara pesaing sehingga hal tersebut akan menimbulkan masalah cukup besar terhadap eksistensi produk-produk agribisnis Indonesia, baik domestik maupun global. Hal tersebut dapat diatasi tentu dengan adanya peran serta dan keterlibatan subsistem pendukung agribisnis.

Subsistem pendukung tersebut terdiri atas semua pelaku yang terlibat dalam menyediakan jasa, meskipun bersifat pilihan, namun sangat penting dalam menunjang keberhasilan berjalannya sistem Agribisnis. Jasa-jasa ini disediakan oleh pemerintah, asosiasi, kredit dan pembiayaan, lembaga penelitian, asosiasi, kelompok tani dan koperasi.

Di Indonesia kegiatan pengembangan agribisnis saat ini berfokus pada: (i) pengembangan investasi swasta dan penyebarluasan teknologi modern, keberhasilan agribisnis di Taiwan dan Thailand ternyata bukan oleh kinerja pemerintah melainkan lebih banyak didorong kinerja swasta. Contoh Charoen Pokphand perusahaan domestik di Thailand merupakan investasi swasta murni kini menjadi raksasa global, dan mendapatkan penghargaan dan citra sosial yang tinggi di masyarakatnya; (ii) upaya menganeka- ragamkan produk dan meningkatkan nilai tambah komoditas primer melalui pengembangan kegiatan penelitian dan pengembangan pengolahan dan pengemasan; (iii) produk sumber daya utama Indonesia yang sangat potensial di sektor perikanan, perkebunan dan tanaman hortikultura perlu diorientasikan

pada peningkatan mutu produk ekspor yang tinggi dan pasar global.

Sistem bukanlah sesuatu yang berdiri sendiri, namun berada dalam lingkungan yang juga memiliki sistem lain. Suatu sistem juga memiliki bagian-bagiannya yang disebut dengan subsistem. Subsistem merupakan komponen atau bagian dari suatu sistem, bisa fisik atau abstrak. Suatu subsistem akan memiliki subsistem yang lebih kecil atau seterusnya. Istilah yang menggambarkan bagian dari suatu sistem tidak selalu harus subsistem istilah lain mungkin adalah komponen, elemen, atau unsur. Fungsi dari subsistem ini adalah mengumpulkan dan mempersiapkan data spasial dan atribut dari berbagai sumber. Selain itu, subsistem ini bertanggung jawab dalam melakukan konversi atau melakukan transformasi formal. Sistem adalah suatu seri atau rangkaian bagian-bagian yang saling berhubungan dan bergantung sedemikian rupa sehingga interaksi dan saling pengaruh dari satu bagian akan mempengaruhi keseluruhan untuk mencapai suatu tujuan. Sedangkan subsistem adalah komponen yang koheren dan agak independen dari sistem yang lebih besar, sedemikian halnya dengan sistem pendukung.

Sistem pendukung agrobisnis, dalam perkembangannya, juga telah mendorong pengembangan keilmuan dan penelitian agribisnis menjadi dua kelompok besar, yaitu (King et al, 2010; dalam: Elizabeth. 2014) :

(1) *Agribusiness Economics*, mempelajari koordinasi vertikal dan horisontal dari partisipan dalam sistem rantai pangan (*food chain*), bagaimana kelembagaan, organisasi dan pasar mempengaruhi koordinasi vertikal dan horisontal dalam sistem pangan;

(2) *Agribusiness Management*, mempelajari pengambilan keputusan dalam struktur tatakelola rantai pangan alternatif (*alternative food chain government structures*).

Peranan agribisnis dalam perekonomian Indonesia diharapkan dapat menjamin pertumbuhan ekonomi, kesempatan lcerja dan memperbaiki kondisi kesenjangan yang ada dan tentunya memiliki kemampuan dan kreativitas dalam berinovasi. Inovasi dalam agribisnis merupakan suatu keharusan agar produk yang dihasilkan selalu mendapat tempat di mata konsumen dan memberikan nilai tambah yang optimal bagi para pelaku yang terlibat di dalamnya. Oleh karena itu, manajemen agribisnis, sebagaimana manajemen secara umum memiliki tiga aspek penting, yaitu manajemen agribisnis sebagai suatu: 1. proses; 2. pengordinasian sumber daya manusia; 3. seni/pendekatan atau approach. Untuk memahami istilah ini, harus dipahami definisi dari setiap katanya, yaitu kata “manajemen” dan “agribisnis”. Secara sederhana kata manajemen berarti proses mengelola atau pengelolaan, sedangkan agribisnis adalah suatu bisnis berbasis usaha pertanian atau di bidang lain yang mendukungnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Bustanul. 2006. *Peran Ilmu Ekonomi Pertanian dalam Pembangunan Peradaban: Sebuah Refleksi untuk Reposisi*. Orasi Ilmiah dan Pengukuhan Guru Besar Tetap Ilmu Ekonomi Pertanian Universitas Lampung, 20 Februari 2006. Bandar Lampung: UNILA.
- Cramer, Gail, Clarence W Jensen, and Douglas Southgate. 2001. *Agricultural Economics and Agribusiness*. Eighth Edition. New York: John Wiley & Sons.
- Elizabeth. R. 2007; 2014; 2017; 2019; 2022; 2023. Available: SINTA ID: 6671403, dan <https://orchid.org/0000-0003-4937-9739>.
- Mubyarto. 1987. Pengantar Ekonomi Pertanian. Cetakan Kesembilan. Jakarta: LP3ES
- Penson, John, Oral Crapps, C Parr Rosson III, and Richard T Woodward. 2010. *Introduction to Agricultural Economics*. Fifth Edition. New York: Prentice Hall.
- <https://www.google.com/b-d&q=sistem+agrobisnis>
<https://media.neliti.com/sistem-agribisnis-di-indonesia.pdf>
<https://digilibadmin.unismuh.ac.id>
<https://agribisnis-berkelanjutan-solusi-menyeseimbangkan-ekonomi-sosial-dan-lingkungan>
<https://subsistem-jasa-penunjang-dalam-sistem-agribisnis>

BAB 4

PERAN AGROBISNIS DALAM PEREKONOMIAN

4.1 Pendahuluan

Sektor agribisnis memiliki peran strategis dalam pembangunan perekonomian nasional. Hal ini digambarkan melalui kontribusi yang nyata dalam penyediaan bahan pangan, pakan, bahan baku industri & bioenergi, penyerapan tenaga kerja, sumber pendapatan, dan sumber devisa bagi negara.

Agribisnis juga menjadi sumber pertumbuhan ekonomi, menciptakan nilai tambah, mengurangi pengangguran, mengembangkan pembangunan di daerah, dan berkontribusi dalam pemerataan pembangunan.

Sejarah panjang agribisnis telah membuktikan ketangguhannya dapat bertahan saat kondisi ekonomi dimana sektor lainnya terpuruk akibat resesi ekonomi ataupun pandemi yang melanda dunia beberapa waktu yang lalu. Saat sektor lainnya benar-benar tiarap, agribisnis menjadi tumpuan

yang harus tetap mampu menyediakan kebutuhan pangan, pakan dan bahan baku industri makanan dan minuman.

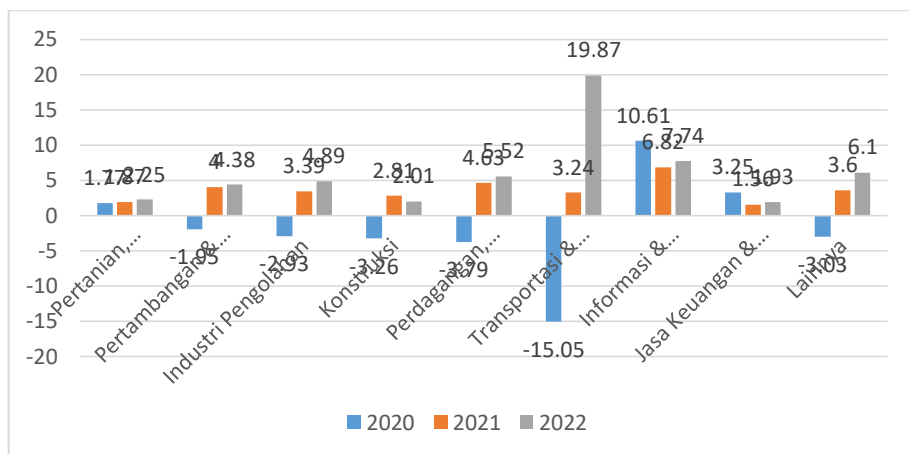
Bagaimana besarnya peranan agribisnis dalam perekonomian nasional akan dibahas satu persatu dilengkapi dengan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS).

4.2 Sumber Pertumbuhan dan Kontribusi dalam Perekonomian

4.2.1 Sumber Pertumbuhan Ekonomi

Berdasarkan data yang bersumber dari BPS, dalam penyusunan Produk Domestik Bruto (PDB) menurut lapangan usaha terdiri dari 17 lapangan usaha, namun yang akan disajikan dalam gambar berikut ini hanya diambil 9 lapangan usaha, dengan pertimbangan lapangan usaha yang memberikan kontribusi terbesar saja.

Sembilan lapangan usaha tersebut terdiri dari Pertanian, Kehutanan & Perikanan (Agribisnis); Pertambangan & Penggalan; Industri Pengolahan; Konstruksi; Perdagangan Besar & Eceran, Reparasi Mobil & Sepeda Motor; Transportasi & Pergudangan; Informasi & Komunikasi; Jasa Keuangan & Asuransi; dan Jasa Lainnya. Pertumbuhan 9 lapangan usaha dapat dilihat pada Gambar 4.1.

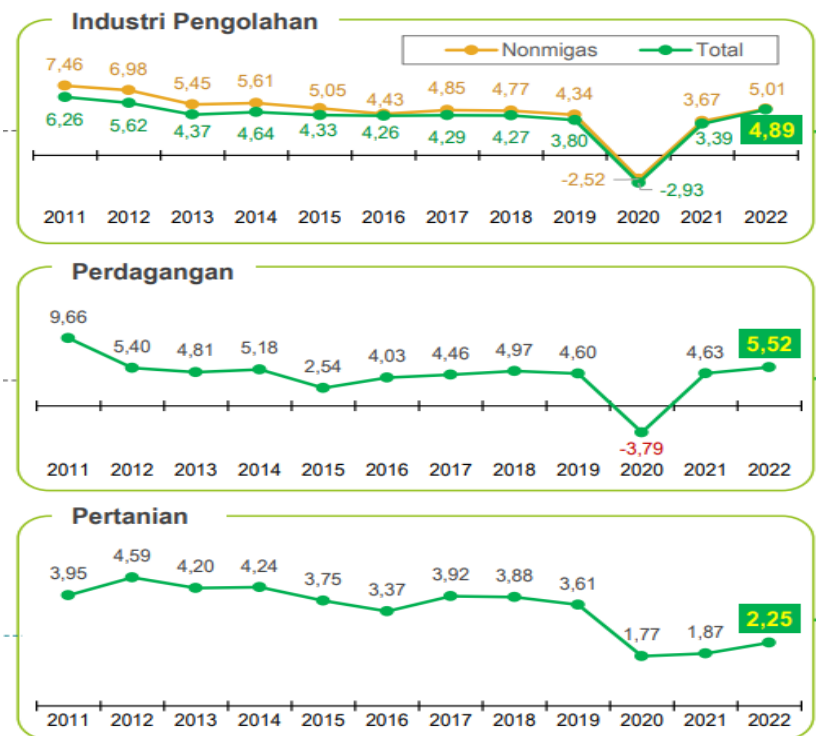


Gambar 4.1: Pertumbuhan PDB Menurut Lapangan Usaha (%)

Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2023a) Data Diolah

Perkembangan dalam tiga tahun terakhir saat Pandemi Covid_19 melanda dunia Tahun 2020, hanya ada tiga lapangan usaha yang tumbuh positif, yaitu Pertanian (Agribisnis); Informasi & Komunikasi; dan Jasa Keuangan & Asuransi, sedangkan lainnya mengalami pertumbuhan negatif. Hal ini menunjukkan bahwa agribisnis mampu bertahan bahkan tumbuh 1,77% dan terus tumbuh menjadi 1,87 di Tahun 2021 dan 2,25 di Tahun 2022.

Perkembangan kinerja pertumbuhan tiga sektor unggulan dari Tahun 2011 – 2022, digambarkan sebagai berikut.



Gambar 4.2 : Kinerja Pertumbuhan Sektor Unggulan Tahun 2011 – 2022

(Sumber: (BPS, 2023))

Sektor unggulan yang menempati tiga besar adalah industri pengolahan, perdagangan dan pertanian. Dari tiga sektor tersebut, hanya sektor pertanian yang tidak mengalami pertumbuhan negatif. Namun demikian, pertumbuhan sektor pertanian relatif lebih stabil dengan peningkatan yang relatif kecil.

4.2.2 Kontribusi dalam Perekonomian

Kontribusi sektor agribisnis dalam perekonomian nasional (PDB) menyumbang sebesar Rp. 2.115,5 triliun dan

menempati posisi kedua setelah sektor Industri Pengolahan, Tahun 2021 menyumbang sebesar Rp. 2.254,5 triliun dan masih menempati urutan kedua, Tahun 2022 meningkat sebesar Rp. 2.428,9 triliun, namun berada di urutan ketiga setelah Industri Pengolahan dan Perdagangan Besar & Eceran, Reparasi Mobil & Sepeda Motor. Perkembangan kontribusi sembilan lapangan usaha terhadap PDB Atas Dasar Harga Berlaku disajikan pada Tabel 4.1 berikut ini.

Tabel 4.1 PDB Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha (Triliun Rupiah)

Lapangan Usaha	2020	2021	2022
Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	2.115,5	2.254,5	2.428,9
Pertambangan dan Penggalian	993,5	1.523,7	2.393,4
Industri Pengolahan	3.068,0	3.266,9	3.591,8
Konstruksi	1.652,7	1.771,7	1.913,0
Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	1.994,0	2.199,9	2.516,6
Transportasi dan Pergudangan	689,5	719,6	983,5
Informasi dan Komunikasi	696,0	748,8	812,8
Jasa Keuangan dan Asuransi	696,1	736,2	809,3
Jasa Lainnya	302,6	312,2	354,2

Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2023a)

4.3 Penyedia Bahan Pangan dan Bahan Baku Industri

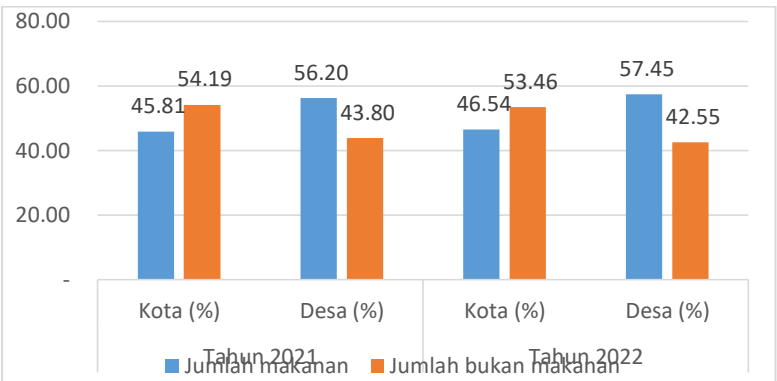
Tujuan agribisnis adalah menciptakan dan memasok produk pertanian untuk konsumsi akhir. Produk pertanian adalah sumberdaya yang diproduksi secara alami untuk konsumsi manusia atau penggunaan lainnya. Sebagai bahan konsumsi atau pangan, ada yang langsung dapat dikonsumsi dan

ada yang diolah terlebih dahulu sebagai bahan baku untuk industri pengolahan makanan dan minuman.

Produk pertanian dikategorikan dalam subsektor tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, kehutanan dan peternakan serta perikanan. Dari berbagai subsektor ini ada yang masuk dalam bahan pangan dan bahan baku industri, kecuali untuk produk kehutanan hanya dimasukkan sebagai penyedia bahan baku untuk industri.

4.3.1. Penyedia Bahan Pangan

Berdasarkan data BPS, dalam Statistik Indonesia 2023, dapat dilihat besaran pengeluaran untuk makanan dan bukan makanan.



Gambar 4.3: Pengeluaran per Kapita Sebulan (%) Tahun 2021 dan 2022

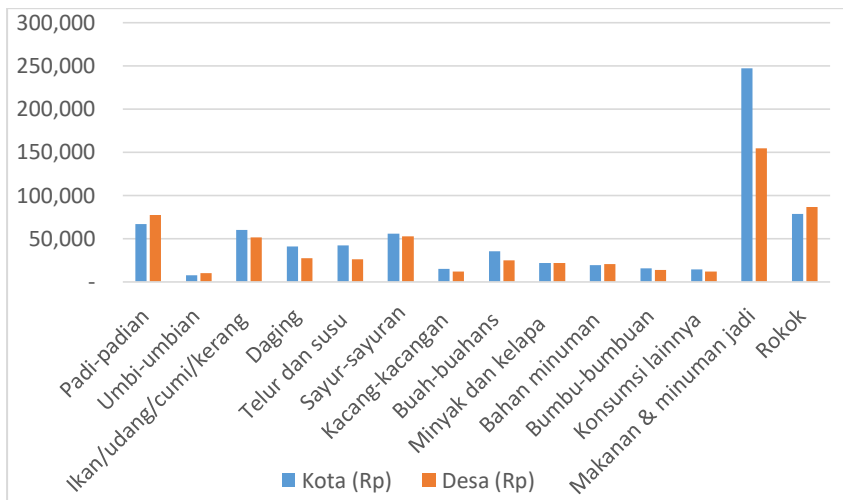
Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2023b)

Kebutuhan akan makanan merupakan bagian besar dari anggaran yang harus disediakan oleh rumah tangga, besarnya kebutuhan pengeluaran terhadap makanan dasar perhitungannya adalah perkapita. Persentase pengeluaran untuk makanan dibandingkan dengan bukan makanan perkapita terjadi perbedaan antara rumah tangga desa dan kota. Rata-rata pengeluaran makanan untuk orang-orang desa persentasenya lebih besar dibandingkan orang-orang yang tinggal di kota.

Rata-rata orang yang tinggal di desa mengeluarkan lebih banyak anggaran untuk makanan lebih dari 50%, sebaliknya dengan orang-orang yang tinggal di kota. Namun demikian, ada kecenderungan terjadi peningkatan pengeluaran untuk konsumsi makanan baik di daerah perdesaan ataupun perkotaan sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 4.3.

Ragam makanan yang dikonsumsi baik untuk orang-orang desa maupun kota ada persamaan, yaitu terdiri dari padi-padian, umbi-umbian, ikan/udang/cumi/kerang, daging, telur dan susu, sayur-sayuran, kacang-kacangan, buah-buahan, minyak dan kelapa, bahan minuman, bumbu-bumbu, konsumsi lainnya, makanan dan minuman jadi dan rokok. Ada perbedaan yang cukup tajam dalam konsumsi makanan dan minuman jadi pada orang-orang yang tinggal di perkotaan dibandingkan orang-orang desa, sedangkan pada jenis makanan lainnya tidak terlalu banyak berbeda. Ragam dan besarnya pengeluaran perkapita antara daerah kota dan desa disajikan pada Gambar 4.4.

Besaran pengeluaran untuk makanan dan minuman jadi menempati urutan pertama dalam pengeluaran perkapita baik bagi orang-orang yang tinggal di perkotaan maupun perdesaan, hal ini merupakan peluang usaha di bagian hilir dari subsistem agribisnis, yaitu di industri pengolahan makanan dan minuman. Dengan demikian, pertanian harus mampu memberikan nilai tambah terhadap produk yang dihasilkan, melalui pengembangan agribisnis sektor hilir. Konsep "*value chain*" dapat diterapkan melalui pengembangan agribisnis komoditas.



Gambar 4.4: Pengeluaran per Kapita/Bulan Menurut Ragam Komoditas dan Daerah Tempat Tinggal (Rp), Tahun 2021 dan 2022

Sumber : (Badan Pusat Statistik, 2023b)

4.3.2. Penyedia Bahan Baku Industri

Hasil-hasil Perkebunan dan Kehutanan sebagian besar merupakan bahan baku bagi industri pengolahan. Produk-produk yang dihasilkan tidak dapat dikonsumsi secara langsung, memerlukan proses pengolahan untuk dijadikan bahan jadi ataupun bahan setengah jadi untuk selanjutnya diolah lanjut.

Beberapa contoh produk perkebunan antara lain karet, kelapa, kelapa sawit, kopi, kakao, teh, cengkeh dan pinang. Sedangkan dari tanaman semusim ada tebu, tembakau dan rami, selain itu tanaman nilam, gambir dan tanaman atsiri.

Produksi berbagai jenis tanaman perkebunan yang terintegrasi dengan industri pengolahan disajikan pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2. Produksi Perkebunan Besar Menurut Jenis Tanaman (ribu ton), 2018–2022

Jenis Tanaman	2018	2019	2020	2021	2022
Tanaman Tahunan					
Karet	519,1	375,0	253,4	219,1	224,9
Kelapa	32,3	31,9	30,9	30,8	30,5
Kelapa sawit	27.586,7	32.194,3	30.246,4	29.617,7	30.061,7
Kopi	28,1	10,0	4,9	5,3	4,8
Kakao	15,7	5,3	4,0	1,8	1,9
Teh	89,9	79,5	94,1	87,6	85,4
Cengkeh	2,0	1,8	1,9	2,1	2,1
Tanaman Semusim					
Gula tebu	896,6	957,7	931,5	968,9	1.154,1
Tembakau	0,2	-	0,8	1,0	1,0

Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2023b)

4.4 Penyedia Lapangan Pekerjaan

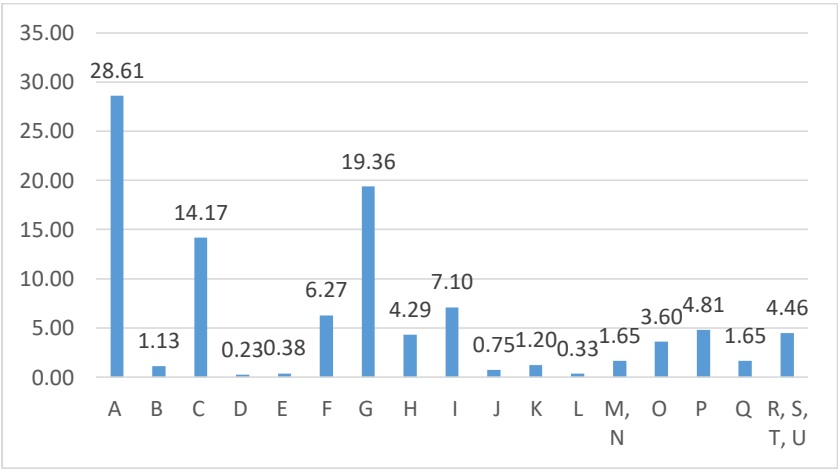
Kontribusi sektor agribisnis dalam penyerapan tenaga kerja cukup besar bila dibandingkan dengan lapangan lainnya. Berdasarkan data BPS yang telah diolah dalam bentuk tabel tabulasi, lapangan usaha Pertanian, Kehutanan dan Perikanan (agribisnis) menempati urutan pertama dalam penyerapan tenaga kerja, yaitu sebesar 28,61%, urutan kedua adalah lapangan usaha Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor (19,36) dan ketiga adalah Industri Pengolahan.

Sistem agribisnis yang terdiri dari subsistem agroinput agroproduksi, agroindustri dan agroniaga, di mana pada setiap subsistemnya pasti membutuhkan tenaga kerja untuk melakukan kegiatan di subsistem tersebut. Sebagaimana pekerjaan di subsistem farm (usahatani), yang amat beragam mulai dari pengolahan lahan, penyiapan bibit sampai pasca

panen dan untuk setiap komoditas yang berbeda akan berbeda pula ragam pekerjaannya.

Hilirisasi dari produk yang dihasilkan oleh farm, akan membuka usaha industri pengolahan, di mana dalam aktivitas produksinya akan membutuhkan tenaga kerja. Sehingga dengan berdirinya UKM-UKM yang bergerak di sektor pengolahan makanan, minuman dan berbahan baku pertanian akan membuka lapangan kerja bagi masyarakat.

Hasil olahan industri makanan, minuman dan berbahan baku pertanian perlu dipasarkan untuk sampai ke konsumen, mendistribusikan produk hasil olahan pertanian membutuhkan aktivitas pemasaran. Aktivitas pemasaran ini dapat membuka peluang usaha dan kesempatan kerja bagi masyarakat.



Gambar 4.5: Penduduk Menurut Status Pekerjaan Utama dan Lapangan Pekerjaan Utama, 2022

Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2023b)

Keterangan:
45 Sari Anggarawati

- A. Pertanian, Kehutanan dan Perikanan
- B. Pertambangan dan Penggalian
- C. Industri Pengolahan
- D. Pengadaan Listrik dan Gas
- E. Pengadaan Air; Pengelolaan Sampah, Limbah, dan Daur Ulang
- F. Konstruksi
- G. Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor
- H. Transportasi dan Pergudangan
- I. Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum
- J. Informasi dan Komunikasi
- K. Jasa Keuangan dan Asuransi
- L. Real Estat
- M, N. Jasa Perusahaan
- O. Administrasi Pemerintahan, Pertahanan, dan Jaminan Sosial Wajib
- P. Jasa Pendidikan

4.5 Meningkatkan Pendapatan Daerah

Peningkatan pendapatan bagi daerah berasal dari produk pertanian yang dihasilkan sesuai dengan potensi sumberdaya yang dimiliki, khususnya sumberdaya alam berupa hasil pertanian, perkebunan, peternakan dan perikanan yang disebut sebagai produk primer. Selain dari produksi primer, daerah bisa meningkatkan pendapatannya dengan melakukan pengolahan terhadap produk primernya, sehingga nilai tambah yang tercipta bisa meningkatkan pendapatan daerah sekaligus membuka lapangan pekerjaan baru.

4.5.1 Produksi Primer

Penghasil produk primer berupa hasil pertanian tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, perikanan dan peternakan berada di kawasan perdesaan ikut berkontribusi dalam

penyusun PDRB suatu kawasan, yang dimaksud kawasan ini berupa wilayah kabupaten.

Besaran kontribusi yang dihasilkan tergantung pada ragam komoditas yang dihasilkan daerah sesuai dengan kondisi agroklimat dan potensi sumberdaya yang dimiliki daerah.

Salah satu daerah yang akan dijadikan contoh adalah beberapa kabupaten yang berada di Provinsi Lampung dan komoditas yang dijadikan contoh dibatasi pada produk tanaman buah-buah. Beberapa kabupaten di Lampung dikenal sebagai penghasil buah-buah yang dikirim keluar dari wilayah kabupaten tersebut, bahkan sampai ke Pulau Jawa sebagai pasar komoditasnya.

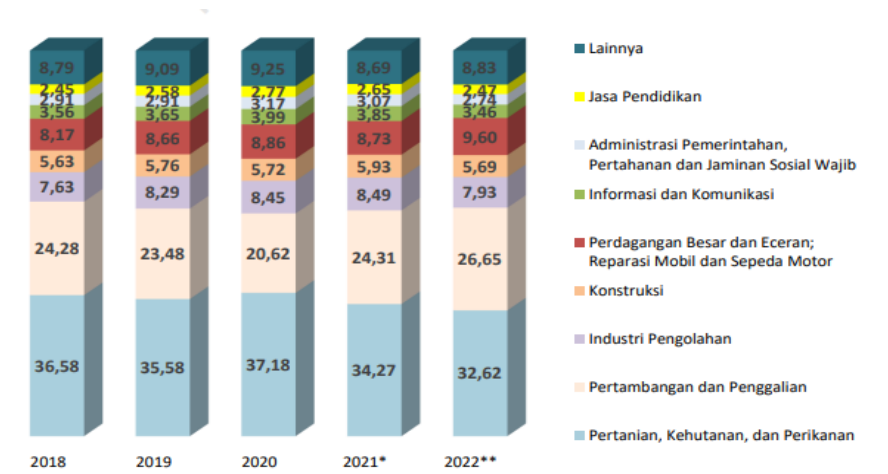
Lampung dikenal dengan kripik pisangnya dan menjadi oleh-oleh yang wajib dibawa dari Lampung. Penghasil pisang yang paling besar berasal dari Kabupaten Lampung Selatan, Lampung Timur dan Pesawaran. Selain penghasil utama pisang, juga penghasil Jeruk Siam.

Tabel 4.3. Produksi Buah-buah dari Beberapa Kabupaten di Provinsi Lampung

Kabupaten	Alpukat	Durian	Jambu Biji	Jeruk Siam	Pisang
Lampung Barat	21.290	5.403	3.395	2.137	42.767
Tanggamus	26.537	32.055	12.013	369	58.965
Lampung Selatan	26.899	28.168	10.358	312.076	5.123.700
Lampung Timur	57.883	140.808	53.917	220.379	2.878.857
Lampung Tengah	10.318	11.038	79.802	571	857.042
Lampung Utara	15.459	11.204	2.976	41.287	138.995
Pesawaran	15.240	21.092	3.823	118.494	4.497.809

Sumber: (BPS Provinsi Lampung, 2023)

Peranan sektor pertanian, kehutanan dan perikanan dalam menyumbang nilai PDRB Kabupaten Lampung Timur paling tinggi dibandingkan sektor lapangan usaha lainnya. Besar nilai kontribusi yang diberikan oleh produk pertanian rata-rata masih di atas 30%, meskipun kontribusinya fluktuatif , namun kecenderungannya semakin menurun sejak Tahun 2020. Berikut ini disajikan data yang menggambarkan peranan sektor pertanian terhadap PDRB Kabupaten Lampung Timur dari Tahun 2018 – 2022 pada Gambar 4.6.



Gambar 4.6. Kontribusi (%) dan Nilai (Rp) PDRB Kategori Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan Kabupaten Lampung Timur, 2018- 2022.

Sumber: (BPS Kabupaten Lampung Timur, 2023)

4.5.2 Rantai Nilai (Value Chain)

Produksi pertanian biasanya berada di wilayah kabupaten, tepatnya berada di kawasan perdesaan. Sedangkan konsumen sebagian besar berada di kawasan perkotaan, sehingga dibutuhkan pendistribusian komoditas dari perdesaan ke perkotaan, di sini dibutuhkan aktivitas pemasaran yang melibatkan fungsi-fungsi pemasaran. Peranan pedagang

menjadi amat penting, pedagang tidak saja melakukan pengangkutan, namun juga melakukan layanan seperti menyortir, memilah, dan melakukan pengepakan.

Fasilitas pengepakan mengambil hasil mentah dan menggabungkannya ke dalam kategori yang berguna untuk pengiriman ke grosir dan distributor. Hal ini dapat dilakukan oleh pedagang dan perusahaan transportasi lokal sehingga pendapatan yang diterima dari kegiatan ini tidak keluar dari kawasan perdesaan dan dapat meningkatkan pendapatan daerah.

Berdirinya industri pengolahan di perdesaan yang menjalankan fungsi pemrosesan yang mengubah produk mentah menjadi barang bernilai tambah sebelum meninggalkan daerah pedesaan. Pertambahan pendapatan dari proses pengolahan komoditi ini dapat dinikmati oleh daerah sendiri. Sebagai contoh pengembangan agribisnis jambu mete di Kabupaten Timor Tengah Utara (Anggarawati and Suwarnata, 2020).

Ukuran perusahaan sangat bervariasi, dari rumah tangga individu hingga kelompok kecil tetangga, hingga upaya “kooperatif” yang lebih besar dan bahkan upaya di seluruh desa, elemen kuncinya adalah adanya upaya untuk menangkap nilai tambah (secara lokal). Penangkapan nilai tambah yang lebih besar terkait dengan kegiatan pasca panen menimbulkan *multiplier effect* dalam perekonomian daerah salah satu kontribusi utama usaha agribisnis lokal akan dibentuknya saluran pemasaran (Stanton, 2000).

4.6 Sumber Devisa

Peran nyata agribisnis dalam menyumbang devisa saat pandemi melanda Indonesia dan dunia pada Tahun 2020,

terbuktikan dengan terus meningkatnya pertumbuhan nilai ekspor pertanian, sedangkan sektor pertambangan dan non migas lainnya justru mengalami penurunan bahkan mengalami pertumbuhan negatif (Anggarawati, 2022).

Pertumbuhan ekspor pertanian mencapai 14,02 pada Tahun 2021, tertinggi dibandingkan dengan sektor non migas lainnya. Setelah normal, sektor pertanian tetap tumbuh positif meskipun nilainya menurun dibandingkan industri pengolahan dan lainnya. Data pertumbuhan ekspor non migas disajikan pada Tabel 4.4 berikut ini.

Tabel 4.4 Pertumbuhan Ekspor Non Migas (Persen)

Sektor Non Migas	2018	2019	2020	2021
Non Migas	6,37	-4,27	-0,61	41,58
Pertanian	-6,54	5,29	14,02	2,99
Industri Pengolahan	4,01	-2,11	2,91	35,18
Lainnya	0,70	13,93	-25,51	49,89

Sumber: (BPS, 2022)

Tabel 4.5 Nilai Ekspor Golongan Barang (Juta US \$)

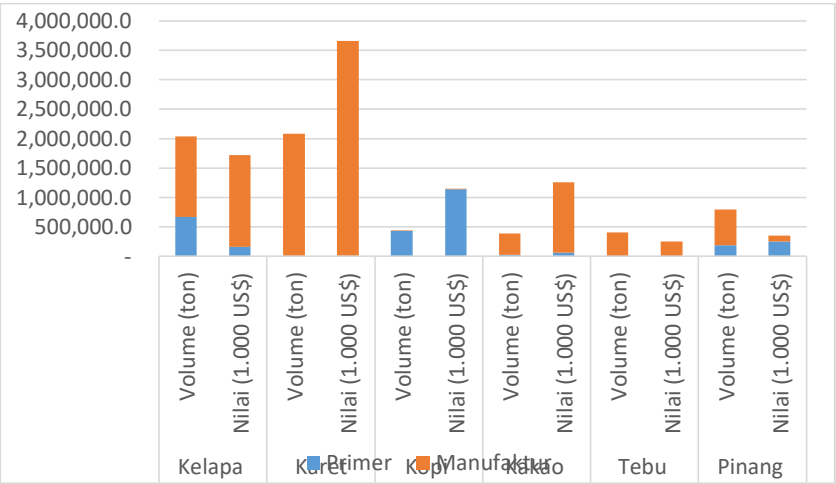
Golongan Barang	2020	2021	2022
Bahan makanan dan binatang hidup	14.565,4	16.944,3	18.940,6
Minuman dan tembakau	1.243,6	1.253,1	1.449,1
Bahan mentah tidak dapat dimakan, kecuali bahan bakar	14.034,1	20.503,1	29.812,6
Bahan bakar mineral, pelumas, dan bahan terkait lainnya	25.501,8	45.077,0	70.995,1
Minyak, lemak, dan lilin hewani dan nabati	19.709,5	30.883,9	32.675,7
Bahan-bahan kimia dan produkproduk terkait, tidak dirinci	12.659,4	18.705,6	22.216,0
Barang-barang manufaktur yang diklasifikasikan terutama berdasarkan bahannya	28.591,2	43.799,4	51.026,5
Mesin dan peralatan transportasi	21.415,7	26.977,2	33.859,4
Berbagai jenis barang buatan pabrik	19.804,9	25.845,5	29.846,8
Barang-barang transaksi tidak dirinci	5.666,3	1.620,4	1.157,3
Jumlah	163.191,8	231.609,5	291.979,1

(Badan Pusat Statistik, 2023b)

Keterangan: Nilai ekspor adalah nilai *Free on Board* (FOB)

Barang-barang atau komoditi yang diekspor disajikan pada Tabel 4.5, yang memuat golongan barang dan besaran nilai ekspor Indonesia Tahun 2020 - 2022. Golongan barang yang dapat diklaim sebagai produk agribisnis diantaranya adalah: bahan makanan dan binatang hidup; minuman dan tembakau; bahan mentah tidak dapat dimakan, kecuali bahan bakar; dan minyak, lemak, dan lilin hewani dan nabati.

Produk agribisnis yang diekspor dapat berupa produk primer maupun manufaktur, yang dimaksud produk primer berupa bahan mentah langsung berasal dari lahan/kebun, sedangkan produk manufaktur adalah produk yang sudah diolah menjadi barang setengah jadi (bahan baku) dan barang jadi (akhir). Berikut contoh komoditas agribisnis perkebunan yang memiliki nilai ekspor cukup tinggi, antara lain kelapa, karet, kopi, kakao, tebu dan pinang. Besaran volume dan nilai ekspor per komoditi disajikan pada Gambar 4.7 berikut ini

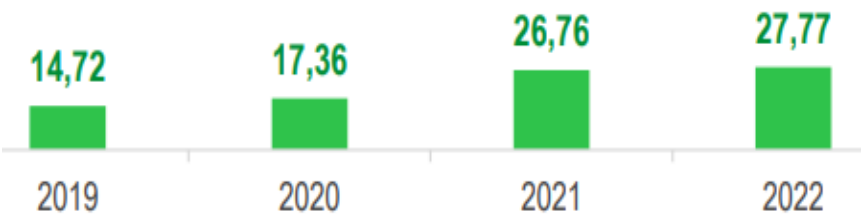


Gambar 4.7. Volume dan Nilai Ekspor Komoditas Perkebunan (Produk Primer dan Manufaktur) Tahun 2021

Sumber: (Badan Litbang Pertanian, 2022)

Sebagian besar dari komoditas karet, kakao, dan tebu diekspor dalam bentuk olahan setengah jadi sebagai bahan baku industri lanjutan, sedangkan untuk komoditas kelapa dan pinang masih ada sebagian yang diekspor dalam bentuk produk mentah atau dalam bentuk kopra khusus untuk kelapa. Hanya komoditas kopi yang diekspor sebagian besar dalam bentuk produk primer.

Komoditas perkebunan yang memiliki volume dan nilai ekspor tertinggi adalah kelapa sawit yang menjadi primadona Indonesia. Produk kelapa sawit diekspor dalam bentuk olahan sebagai CPO (*Crude Palm Oil*) dan PKO (*Palm Kernel Oil*), besarnya nilai ekspor kelapa sawit dari Tahun 2019 – 2022 terus mengalami kenaikan sebagaimana disajikan pada gambar berikut ini.



Gambar 4.8 Ekspor Komoditas Unggulan Kelapa Sawit (Miliar US \$)

Sumber: (BPS, 2023)

Beberapa komoditas agribisnis diekspor sudah dalam bentuk produk manufaktur, misalnya minyak atsiri, serat, sagu,

gambir, nilam dan kurma. Beberapa tanaman dari golongan minyak atsiri dan nilam dilakukan proses penyulingan, sedangkan untuk sagu dan gambir mengalami proses penepungan atau pemadatan, untuk tanaman serat dalam bentuk serat dan kurma menjadi produk olahan makanan dan minuman. Sumbangan produk agribisnis olahan dalam perolehan devisa dapat dilihat dari volume dan nilai ekspor yang disajikan dalam Tabel 4.6 berikut ini.

Tabel 4.6. Volume (Kg) dan Nilai (US\$) Ekspor Produk Manufaktur Perkebunan

Komoditas	Volume (Kg)	Nilai (US\$)
Minyak Atsiri	2,799,307.28	71,829,983.41
Serat	8,645,730.39	2,058,939.43
Sagu	16,122,640.58	4,114,207.42
Gambir	19,052,867.63	56,200,866.22
Nilam	7,989,647.93	166,553,067.73
Kurma	33,798.51	84,115.44

Sumber: (Badan Litbang Pertanian, 2022)

DAFTAR PUSTAKA

- Anggarawati, S. (2022) 'AGRIBISNIS DAN AGROINDUSTRI', in Sari, M. (ed.) PENGANTAR ILMU PERTANIAN. 1st edn. Padang: PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI, pp. 164–182. Available at: <https://globaleksekutifteknologi.co.id/pengantar-ilmu-pertanian/>.
- Anggarawati, S. and Suwarnata, A. (2020) 'Agribisnis Jambu Mete di Wilayah Perbatasan Kabupaten Timor Tengah Utara - Provinsi Nusa Tenggara Timur (Cashew Agribusiness in Border Areas Timor Tengah Utara Regency , East Nusa Tenggara Province) mete Indonesia terbesar adalah Vietnam berdasarkan rus', Journal of Agribusiness and Agrotechnology, 1(1), pp. 29–39.
- Badan Litbang Pertanian (2022) 'Komoditas Perkebunan'. Available at: <http://www.litbang.pertanian.go.id/perkebunan/?p=4>.
- Badan Pusat Statistik (2023a) 'Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan IV-2022', Wwww.Bps.Go.Id, (No. 15/02/Th. XXVI), pp. 1–16. Available at: [file:///C:/Users/saria/Downloads/BRsbrsInd-20230206114637 \(1\).pdf](file:///C:/Users/saria/Downloads/BRsbrsInd-20230206114637 (1).pdf).
- Badan Pusat Statistik (2023b) STATISTIK INDONESIA 2023, Badan Pusat Statistik. Edited by Direktorat Diseminasi

- Statistik. Jakarta: Badan Pusat Statistik. Available at: <https://www.bps.go.id/publication/2023/02/28/18018f9896f09f03580a614b/statistik-indonesia-2023.html>.
- BPS (2022) Pertumbuhan Ekspor Produk Non Migas (Persen), 2019-2021. Jakarta. Available at: <https://www.bps.go.id/indicator/8/1261/1/pertumbuhan-ekspor-produk-non-migas.html>.
- BPS (2023) BERITA RESMI STATISTIK 6 Februari 2023. Available at: https://www.bps.go.id/website/materi_ind/materiBrsInd-20230206130540.pdf.
- BPS Kabupaten Lampung Timur (2023) 'Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Lombok Timur Menurut Lapangan Usaha 2018-2022', 18040.2304, pp. 1-122. Available at: <https://lampungtimurkab.bps.go.id/publication.html>.
- BPS Provinsi Lampung (2023) 'Provinsi Lampung Dalam Angka Dalam Angka', Provinsi Lampung Dalam Angka, 18000.2306, pp. 1-740. Available at: <https://lampung.bps.go.id/publication/2023/02/28/c41e2f6fd86cd0d62dc0a0df/provinsi-lampung-dalam-angka-2023.html>.
- Stanton, J. V. (2000) 'The Role of Agribusiness in Development: Replacing the Diminished Role of the Government in Raising Rural Incomes', *Journal of Agribusiness*, 18(2), pp. 173-187. doi: 10.22004/ag.econ.14662.

BAB 5

ORGANISASI PERUSAHAAN

AGRIBISNIS

5.1 Pendahuluan

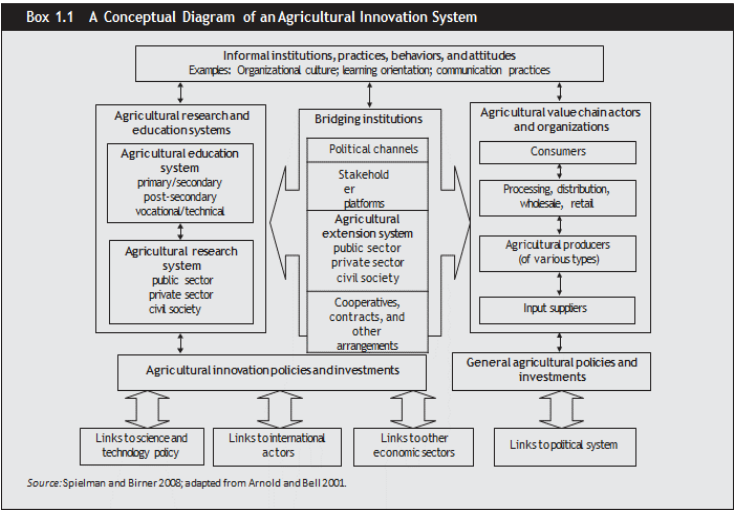
Indonesia dikenal sebagai negara Agraris (Ayun et al., 2020), menghasilkan hasil pertanian, Perikanan, Peternakan bahkan kehutanan yang dikenal di seluruh dunia, hal ini disebabkan oleh letaknya Indonesia di khatulistiwa sehingga tanahnya sangat subur. Juga diikuti dengan dua musim yaitu musim penghujan dan musim kemarau, sangatlah menunjang untuk memproduksi agribisnis di Indonesia. Produksi pertanian, perikanan, peternakan dan kehutanan sangat dibutuhkan oleh seluruh masyarakat Indonesia bahkan dunia terutama untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari (Abdurohim, 2021e).

Upaya untuk meningkatkan produksi hasil pertanian (Miranti & Satria, 2021) perikanan, peternakan dan kehutanan telah dilakukan secara terus menerus mulai dari satu pemerintahan ke pemerintahan lainnya di Indonesia, meningkatkan produksinya, yang semula dilakukan secara manual, maka saat ini di Indonesia telah menerapkan manajemen, sistem, komunikasi dan teknologi untuk meningkatkan hasil melalui cara-cara baru dalam penanaman, produksi, serta menjual hasil-hasilnya yang saat ini telah

dipelajari oleh berbagai Universitas di Indonesia dan dikenal dengan ilmu Agribisnis (Putra & Pratita, 2021).

Manajemen pengelolaan pertanian, perikanan, peternakan dan kehutanan (Lin et al., 2020), saat ini telah diterapkan, jika menginginkan adanya peningkatan hasil pertanian, perikanan, peternakan dan kehutanan meningkat tetapi tidak boleh merusak lingkungan hidup. Sehingga terjadi keseimbangan peningkatan ekonomi dengan keseimbangan alam tempat manusia melanjutkan kehidupan yang berkelanjutan. Produksi Pertanian, Perikanan, Peternakan dan Kehutanan selain dibutuhkan untuk kehidupan manusia yang setiap tahun jumlahnya terus meningkat juga sangat dibutuhkan untuk meningkatkan pendapatan negara (Abdurohim, 2022b), melalui upaya *supply chain* sebagaimana gambar 5.1, sehingga terbentuk *ecosystem* sektor agribisnis dari hilir ke hulu.

Gambar 5.1
Supply Chain pada Agribisnis



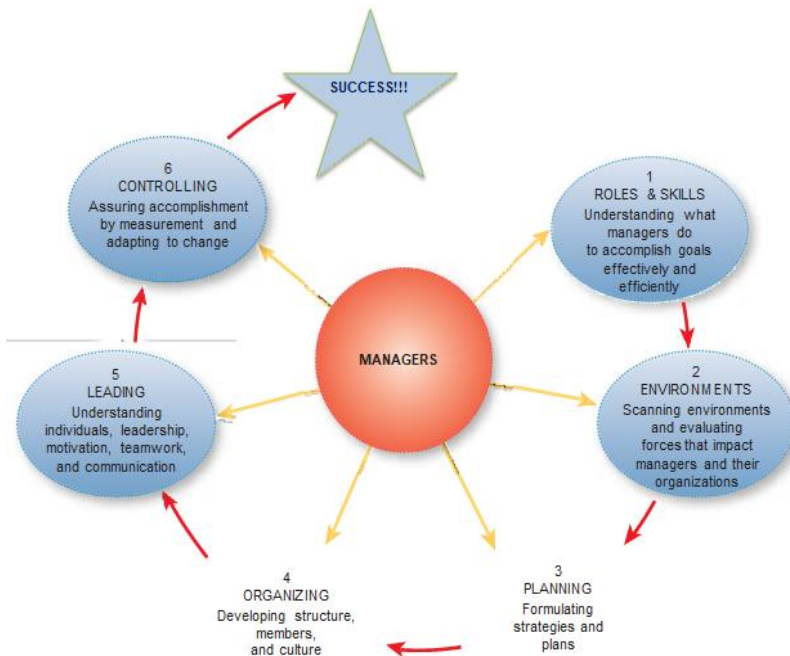
Gambar: (Larsen et al., 2009)

Kesuksesan mengelola hasil produk Agribisnis, memerlukan perencanaan, implementasi dan memonitor terhadap kegiatan yang dilakukan, sehingga memperoleh optimalisasi produksi yang akan dihasilkan (Dell'Angelo et al., 2021). Tidaklah mungkin dalam melaksanakan aktivitas mengolah Agribisnis menghasilkan produksi yang optimal bila tidak didukung dengan pengelolaan yang memadai (Rahma et al., 2020), khususnya pengelolaan kegiatan melalui Organisasi Agribisnis yang sesuai dengan kebutuhannya.

5.2 Organisasi Perusahaan Agribisnis

Mengelola Agribisnis haruslah dilakukan secara terintegrasi dari satu kegiatan kegiatan lainnya (Abdurohim, 2021a), tidak bisa dilakukan secara parsial, harus secara berurutan sehingga hasilnya optimal. Kegiatan yang dilakukan dalam Agribisnis guna mendukung terciptanya hasil maksimal, maka pengelola harus memahami berbagai subsistem dalam Agribisnis (Sahat Tua Manalu & Shafa Maura, 2022). Pengelolaan Agribisnis yang baik memerlukan penanganan sebagaimana gambar 5.2.

Gambar 5.2
Manajemen Agribisnis



Sumber: (David et al., 2014)

Beberapa hal yang perlu dilakukan dalam manajemen Agribisnis sebelum menetapkan organisasi yang dipergunakan (Abdurohim, 2021 f), maka memahami langkah-langkah yang perlu dicermati, meliputi:

- a. Memahami pengaturan atas penyediaan bahan yang akan dipergunakan dalam Agribisnis Pertanian, Perikanan, Perkebunan dan Kehutanan seperti: pembelian bahan baku, menyiapkan

gudang penyimpanan serta menghitung persediaan. Persediaan ini sangat penting karena jangan sampai saat dibutuhkan harganya meningkat, dan ini akan berdampak pada margin keuntungan (Abdurohim, 2022a).

- b. Menguasai pengelolaan produksi atau melaksanakan kegiatan operasi Agribisnis. Hal ini sangat penting mengingat kebutuhan operasi harus dilakukan sesuai dengan masing-masing kegiatan yang dilakukan, seperti musim yang diperlukan di Pertanian akan berbeda dengan yang dibutuhkan pada Perikanan, Peternakan dan Kehutanan, sehingga kemampuan dalam melaksanakan kegiatan operasi yang baik berpengaruh pada ketepatan produksi, dengan demikian akan memperoleh keuntungan yang tepat, sesuai dengan pasokan produksi pada saat konsumen membutuhkan. untuk keperluan ini maka diperlukan kemahiran perencanaan, pengoorganisasian, pengarahan dan pengawasan (Abdurohim, 2021a).
- c. Kemampuan dalam melakukan pengolahan hasil Pertanian, Perikanan, Peternakan dan Kehutanan (Moro et al., 2023). Bila tidak memiliki kemampuan untuk melakukan pengolahan maka akan berimbas pada kualitas produk yang akan dipasarkan kepada konsumen, sehingga konsumen akan menolak produk yang ditawarkan. Juga dalam menjual produk yang dihasilkan harus memiliki kemampuan dalam memasarkan produksi yang dihasilkan baik dalam bentuk *bisnis to bisnis*, *bisnis to private*, *bisnis to distributor* semuanya harus dilakukan sesuai dengan tahap tahap yang memenuhi kebutuhan Agribisnis (Carlucci et al., 2021).
- d. Menyediakan atau bekerjasama dengan pihak lain untuk menjamin kelangsungan Agribisnis yang telah dipilih untuk memperoleh hasil sesuai dengan yang telah ditetapkan (Hollas et al., 2023), karena itu perlu dipersiapkan dalam mendukung kesuksesan operasional perusahaan atau perorangan atau

kelompok yang dibutuhkan diantaranya: Keuangan, Sarana dan Prasarana, layanan informasi, konsultan dan juga memperhatikan kebijakan atau regulasi dari Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah

- e. Menyediakan sarana kebutuhan Teknologi (Schoneveld, 2022) yang dibutuhkan dalam Agribisnis, sebab tanpa adanya dukungan teknologi ini, maka sulit untuk berkembang kegiatan yang akan maupun telah dilaksanakan. Sebab tuntutan pasar saat ini terhadap produksi Agribisnis semakin meningkat selain kualitas produk yang dihasilkan juga harus memiliki sertifikasi bahwa produk yang dihasilkan rendah mengandung zat yang berbahaya. Untuk mendukung kegiatan tersebut teknologi yang dibutuhkan (Amin-Chaudhry et al., 2022) meliputi:

- ✓ Teknologi yang dipergunakan untuk perencanaan, hal ini sangat fundamental untuk keperluan pengolahan usaha Agrobisnis.
- ✓ Teknologi untuk keperluan operasional kantor yang akan membantu kecepatan dalam birokrasi.
- ✓ Teknologi yang dibutuhkan untuk monitoring dan evaluasi, sebab sehebat apapun di dalam melaksanakan pekerjaan, jika tidak diikuti oleh aktivitas monitor dan evaluasi, maka tidak akan mengetahui posisi apa yang dikerjakan atau perusahaan dengan orang lain maupun perusahaan lain.

- f. Kemampuan dalam pemenuhan untuk selalu menjamin kepuasan pelanggan beserta nilai atas penghargaannya, sebab ini merupakan aktivitas terakhir yang banyak perorangan, kelompok dan perusahaan mengabaikan hal ini, kepuasan konsumen (Abdurrohim, 2021b) akan menjamin pembelian produk Agribisnis yang dihasilkan untuk terus berkelanjutan.

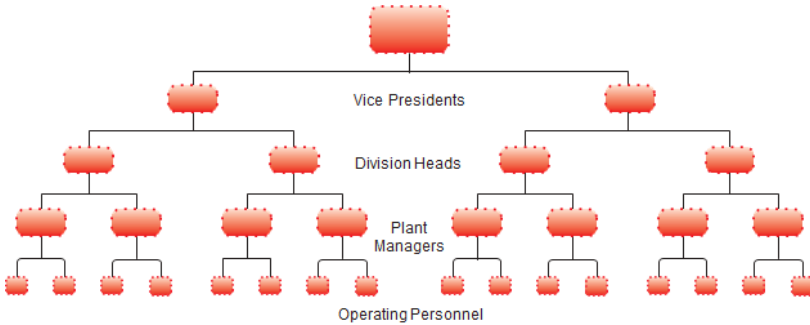
Dari point-point tersebut diatas maka organisasi perusahaan disesuaikan dengan kebutuhan operasional yang akan dijalankannya, yaitu:

- a) Perusahaan Perseorangan (*Single Proprietorship*) perusahaan agribisnis yang didirikan secara perorangan, hal ini tingkat pengelolaannya masih kecil.
- b) Persekutuan melibatkan beberapa pihak untuk mendirikan perusahaan agribisnis, dimana usaha ini masih dalam taraf menengah
- c) Perseroan (Badan Hukum) merupakan perusahaan besar yang bergerak pada usaha agribisnis, dimana sahamnya dikuasai oleh salah satu pihak ataupun di jual di pasar modal.
- d) Koperasi merupakan usaha agribisnis yang didirikan atas inisiatif masyarakat, membentuk usaha bersama baik skala masih kecil, menengah.

Faktor lain yang mempengaruhi pembentukan koperasi, meliputi:

- a) Biaya yang akan dikeluarkan dalam kegiatan operasional, tergantung dari jenis usaha yang dijalankan semakin besar maka biaya juga akan mengikuti atas pengeluaran yang dibutuhkan.
- b) Modal yang diperlukan dalam menjalankan bisnis, untuk permodalan bagi usaha agribisnis perorangan masih sedikit, sedangkan yang mendirikan usaha dalam bentuk badan hukum maka modal yang diperlukan sangatlah besar.
- c) Kemudahan dalam memperoleh tambahan modal, bagi perusahaan yang menjual sahamnya akan lebih mudah dibandingkan dengan perusahaan lainnya, sepanjang perusahaan tersebut memiliki keuntungan yang terus tumbuh.
- d) Perpajakan atas kegiatan yang akan dijalankan, semakin besar usaha yang dijalankan maka semakin besar pula pendapatan yang akan diperoleh, maka berdampak signifikan terhadap pajak yang harus disetorkan kepada negara.

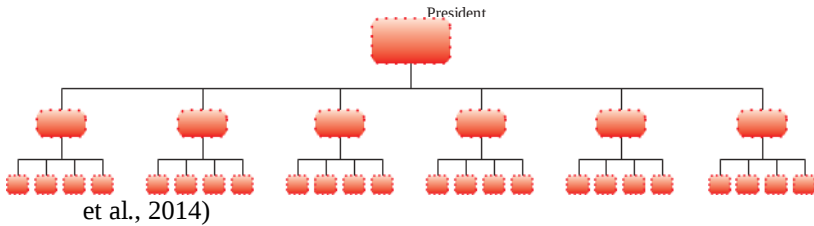
Gambar 5.3
Organisasi Sentral



Sumber: (David et al., 2014)

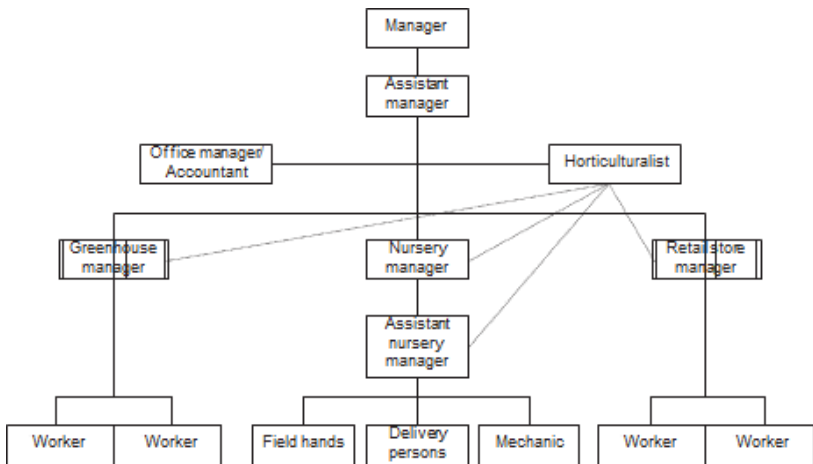
Mendasari atas jenis usaha dan biaya yang dikeluarkan, maka organisasi agribisnis mengikuti pembentukan organisasinya untuk 2 tahun sebagaimana gambar 5.3. Berbagai Macam jenis organisasi yang biasanya dipergunakan, namun lazimnya organisasi yang dipergunakan oleh perusahaan-perusahaan besar akan menggunakan model organisasi dalam bentuk Divisi diikuti juga dengan turunan di bawahnya, sehingga bentuk organisasi yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan, maka perusahaan akan terus eksis dalam mengelola aktivitas kegiatannya. Selanjutnya untuk bentuk organisasi Agribisnis haruslah mengikuti perkembangan usahanya, maka gambar 5.4 & 5.5 adalah usaha agribisnis yang memiliki waktu diatas 2 tahun sampai 5 tahun.

Gambar 5.4
Organisasi Desentralisasi



Sum
ber:
(Da
vid

Gambar 5.5
Organisasi Bentuk Fungsional



Line authority -----Functional authority

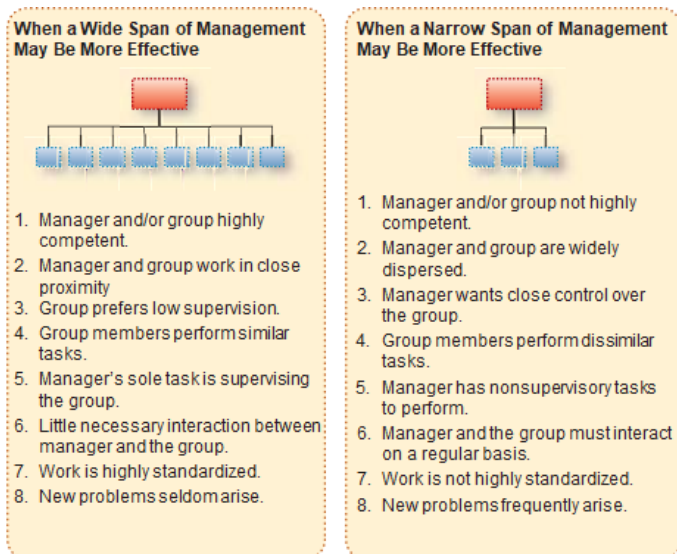
Sumber: (Barnard et al., 2012)

Manajer perusahaan dalam organisasi Agribisnis juga memperhatikan faktor-faktor efektivitas dalam pengelolaan sumber daya manusia yang tersedia, serta kebutuhan dalam pengelolaan,

sehingga para pengelola perusahaan memperhatikan lingkungan usaha, dengan melakukan aktivitas kegiatan dipengaruhi oleh rentang kendali dalam melaksanakan aktivitasnya seperti pada gambar

Gambar 5.6

Rentang Kendali Organisasi



Sumber: (David et al., 2014)

5.2.1 Pemenuhan sumber daya manusia yang dibutuhkan dalam mengimplementasikan program

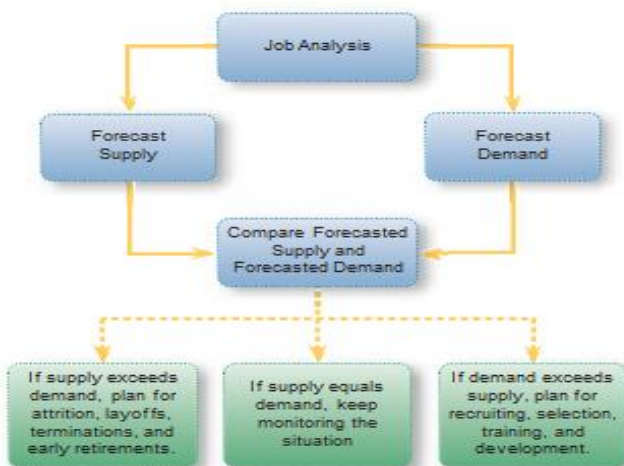
Pengelolaan Agribisnis yang meliputi Pertanian, Peternakan, Perkebunan dan Kehutanan bisa memperoleh hasil sebagaimana yang ditargetkan tentunya tidak terlepas dari peranan sumber daya manusia yang akan mengelolanya (Protopop & Shanoyan, 2016), sebab sehebat apapun yang akan dilakukan dalam implementasinya, dengan menyediakan sarana peralatan yang modern, serta

memperoleh teori dari negara maju yang telah melaksanakannya, maka akan sia-sia jika tidak memfokuskan pentingnya kebutuhan sumber daya manusia yang sesuai dengan kebutuhan (Abdurohim, 2021d).

Sumber daya manusia yang bagaimana yang harus dipersiapkan oleh kegiatan Agribisnis (Wibisono & ., 2018), tentunya tergantung dari bidang yang digeluti serta kompleksitas usaha yang dijalankannya. Usaha perorangan tentunya berbeda dengan yang dibutuhkan sumber dayanya dengan usaha kelompok dan industri. Perorangan hanyalah usaha yang merupakan turun temurun diturunkan dari kakek-neneknya kepada keturunannya, sedangkan usaha kelompok merupakan kebutuhan dari masyarakat ada, atau perkumpulan yang sengaja dibentuk. Sedangkan usaha industri yang terjun ke Agribisnis tentunya sangat berbeda dengan usaha-usaha yang dilakukan oleh usaha perorangan maupun kelompok (Magnet Pulgar & Lavin Salazar, 2012).

Gambar 5.7

Planning Human Resource



Sumber: (David et al., 2014)

Usaha Agribisnis perorangan dan kelompok untuk keperluan sumber daya manusianya berupa penambahan pengetahuan, serta metode yang dibutuhkan dalam melakukan kegiatan Agribisnis tersebut (Shatskaya, 2022), sebab rata-rata mereka sudah memiliki keterampilan dalam mengelola usaha, namun mereka rata-rata memiliki kelemahan dalam hal pengetahuan dan pembukuan dan administrasi (Abdurrohim, 2021 f). Untuk pemenuhan kebutuhan ini maka perlu bantuan dari Pemerintah Pusat maupun Pemerintah daerah untuk melatih dan mendayagunakan keahlian mereka dengan pengetahuan dan teknologi modern.

Industri Agrobisnis memiliki permasalahan yang kompleks, karena rata-rata setiap badan usaha telah menanamkan dananya untuk usaha ini tidaklah sedikit, bahkan memerlukan ratusan miliar untuk memulai dan menjalankan bisnis, karena itu untuk usaha Industri Agribisnis (Lakner et al., 2017) ini memerlukan pola penanganan kebutuhan sumber daya manusia sesuai dengan yang dibutuhkan sebagaimana gambar 5.7 dan harus tersusun untuk pengisiannya, seperti:

- a. Perencanaan membutuhkan tenaga yang ahli untuk merencanakan aktivitas usaha baik untuk keperluan keuangan, program yang berkaitan dengan proses produksi, sehingga membutuhkan sumber daya manusia dengan level staf dan pimpinan (Abdurohim, 2021 c).
- b. Kemampuan untuk mengelola perusahaan baik untuk keperluan pengelolaan sumber daya manusia, pengelolaan organisasi, strategi industri memerlukan juga level sumber daya manusia untuk kebutuhan staf dan pemimpin (Paauwe & Boon, 2018).
- c. Kemampuan untuk pengelolaan keuangan Industri Agrobisnis (Lakner et al., 2017), membutuhkan berbagai sumber daya manusia yang memiliki kemampuan keuangan, dan juga

investasi. Untuk pemenuhan sumber daya manusia ini memerlukan level staf dan pemimpin yang tentunya dibutuhkan yang memiliki latar belakang pendidikan keahlian keuangan, sarjana manajemen bisnis, akuntansi, bahkan tingkat doktoral (Bondarouk et al., 2017).

- d. Kebutuhan untuk pengelolaan risiko yang akan dan sedang dihadapi berkaitan dengan risiko usaha, perlu diperhatikan dalam kegiatan Industri Agrobisnis (Lakner et al., 2017) ini, karena menyangkut bidang lain baik yang berhubungan langsung maupun tidak langsung.

Kebutuhan sumber daya manusia ini sangat dibutuhkan baik oleh usaha perorangan, kelompok dan Industri Agribisnis ini, sebab setiap tahun kegiatan Agribisnis ini selalu mengalami perubahan yang begitu cepat yang banyak dipengaruhi oleh iklim, situasi politik, (Abdurohim, 2021a) sehingga diperlukan kecepatan dalam pengambilan keputusan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurohim. (2021a). *BAB 6: PERENCANAAN DAN STRATEGI* (D. U. Sutiksno & D. Ratna, Eds.; 1st ed., Vol. 1). ZAHIR PUBLISHING.
<https://www.google.com/search?tbm=bks&q=knowlwdge+management>
- Abdurohim. (2021b). *BAB 7: KONSEP SEGMENTING, TARGETING, POSITIONING PEMASARAN JASA PARIWISATA* (A. Sudirman, Ed.; 1st ed., Vol. 1). MEDIA SAINS INDONESIA.
<https://www.google.com/search?tbm=bks&q=knowlwdge+management>
- Abdurohim. (2021 c). *BAB 8: STRATEGI BRANDING UNTUK PENGUASAAN PELANGGAN POTENSIAL* (U. Sutiksno & R. Dewi, Eds.; 1st ed., Vol. 1). ZAHIR PUBLISHING.
<https://www.google.com/search?tbm=bks&q=knowlwdge+management>
- Abdurohim. (2021d). *BAB 9 DEVOLUSI SUMBER DAYA MANUSIA DI ERA DIGITAL* (Vol. 1).
<https://isbn.perpusnas.go.id/Account/SearchBuku?searchTxt=9786236995365&searchCat=ISBN>
- Abdurohim. (2021e). *BAB 10: BISNIS DAN PERLINDUNGAN KONSUMEN* (E. Kurniawati & L. S. Indarto, Eds.; 1st ed., Vol. 1). INSIANA. <http://insaniapublishing.com>
- Abdurohim. (2021f). *BAB 12: ANALISIS KINERJA BADAN USAHA MILIK NEGARA (BUMN)* (P. N. B. Malau & E. Sudarmanto, Eds.; 1st ed., Vol. 1). INSANIA.
<http://insaniapublishing.com>

- Abdurohim. (2022a). *BAB 15: ANALISIS SENSITIVITAS-PENGAMBILAN KEPUTUSAN INVESTASI* (Suwandi, Ed.; 1st ed., Vol. 1). MEDIA SAINS INDONESIA. <https://www.google.com/search?tbm=bks&q=knowlwdge+management>
- Abdurohim. (2022b). *MENANGANI PENERIMAAN PAJAK DAN RETRIBUSI PADA MASA PANDEMI COVID-19*. eureka media aksara@gmail.com
- Amin-Chaudhry, A., Young, S., & Afshari, L. (2022). Sustainability motivations and challenges in Australian agribusiness. *Journal of Cleaner Production*, 361, 132229. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.132229>
- Ayun, Q., Kurniawan, S., & Saputro, W. A. (2020). PERKEMBANGAN KONVERSI LAHAN PERTANIAN DI BAGIAN NEGARA AGRARIS. *VIGOR: JURNAL ILMU PERTANIAN TROPIKA DAN SUBTROPIKA*, 5(2). <https://doi.org/10.31002/vigor.v5i2.3040>
- Barnard, F., Akridge, J., Dooley, F., & Foltz, J. (2012). *Agribusiness Management*.
- Bondarouk, T., Parry, E., & Furtmueller, E. (2017). Electronic HRM: four decades of research on adoption and consequences. *International Journal of Human Resource Management*. <https://doi.org/10.1080/09585192.2016.1245672>
- Carlucci, F., Corcione, C., Mazzocchi, P., & Trincone, B. (2021). The role of logistics in promoting Italian agribusiness: The Belt and Road Initiative case study. *Land Use Policy*, 108, 105560. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2021.105560>

- David, D. V. F., Ella, W. V. F., & George, J. S. (2014). *Agribusiness_ Principles of Management*.
- Dell'Angelo, J., Navas, G., Witteman, M., D'Alisa, G., Scheidel, A., & Temper, L. (2021). Commons grabbing and agribusiness: Violence, resistance and social mobilization. *Ecological Economics*, 184, 107004. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2021.107004>
- Hollas, C. E., Rodrigues, H. C., Bolsan, A. C., Venturin, B., Bortoli, M., Antes, F. G., Steinmetz, R. L. R., & Kunz, A. (2023). Swine manure treatment technologies as drivers for circular economy in agribusiness: A techno-economic and life cycle assessment approach. *Science of The Total Environment*, 857, 159494. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2022.159494>
- Lakner, S., Brenes-Muñoz, T., & Brümmer, B. (2017). Technical Efficiency in Chilean Agribusiness Industry: A Metafrontier Approach. *Agribusiness*, 33(3). <https://doi.org/10.1002/agr.21493>
- Larsen, K., Kim, R., & Theus, F. (2009). *Agribusiness and Innovation Systems in Africa*.
- Lin, J., Li, L., Luo, X. (Robert), & Benitez, J. (2020). How do agribusinesses thrive through complexity? The pivotal role of e-commerce capability and business agility. *Decision Support Systems*, 135, 113342. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.dss.2020.113342>
- Magnet Pulgar, N., & Lavin Salazar, J. (2012). Are Derivatives a Frequently Used Risk Management Tool in the

Agribusiness Industry? *Academia-Revista Latinoamericana De Administración*, 51.

- Miranti, M., & Satria, R. (2021). Pelaksanaan Fungsi Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan dalam Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah Agribisnis. *Jurnal Politik Dan Pemerintahan Daerah*, 2(1). <https://doi.org/10.36355/jppd.v2i1.16>
- Moro, L. D., Pauli, J., Maculan, L. S., Nickel, A., Pivot, D., L'aimer, C. G., Bodah, E. T., Bodoh, B. W., & Dornelles, V. do C. (2023). Sustainability in agribusiness: Analysis of environmental changes in agricultural production using spatial geotechnologies. *Environmental Development*, 45, 100807. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.envdev.2023.100807>
- Paauwe, J., & Boon, C. (2018). Strategic HRM. In *Human Resource Management*. <https://doi.org/10.4324/9781315299556-3>
- Protopop, I., & Shanoyan, A. (2016). Big Data and Smallholder Farmers: Big Data Applications in the Agri-Food Supply Chain in Developing Countries. *International Food and Agribusiness Management Review*, 19.
- Putra, M. E. Y., & Pratita, D. G. (2021). Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Robusta Produksi KSU Ketakasi Sidomulyo Kabupaten Jember. *Jurnal Manajemen Agribisnis Dan Agroindustri*, 1(2). <https://doi.org/10.25047/jmaa.v1i2.10>
- Rahma, I., Fadla, M., & Cempakasari, A. A. I. (2020). Model Adaptasi Perdagangan Berjangka Komoditi Pertanian pada BMT dengan Menggunakan Akad Salam. *Islaminomics: Journal of Islamic Economics, Business and Finance*, 10(1). <https://doi.org/10.47903/ji.v10i1.103>

- Sahat Tua Manalu, D., & Shafa Maura, S. (2022). PENDIRIAN UNIT BISNIS BARU TOMATOES CHEESE MILK DI CV SOEBI AGRIKULTURA INDONESIA KABUPATEN BANDUNG BARAT. *MAHARANI: Jurnal Agribisnis (Agribusiness and Agricultural Economics Journal)*, 4(2). <https://doi.org/10.52434/mja.v4i2.1442>
- Schoneveld, G. C. (2022). Transforming food systems through inclusive agribusiness. *World Development*, 158, 105970. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2022.105970>
- Chutsky, A. v. (2022). Digital Innovations in the Agribusiness Industry in the Russian Federation. *Lecture Notes in Networks and Systems*, 304. https://doi.org/10.1007/978-3-030-83175-2_49
- Wibisono, C., & .. (2018). Contribution of the Manufacturing Industry, Agribusiness Industry, and Marine Industry Through People's Welfare to Economic Growth in Batam, Indonesia. *International Journal of Engineering & Technology*, 7(2.29). <https://doi.org/10.14419/ijet.v7i2.29.14301>

BAB 6

GERAKAN KERJASAMA DAN INSTRUMEN NASIONAL PENCEGAHAN KORUPSI

6.1 Pendahuluan

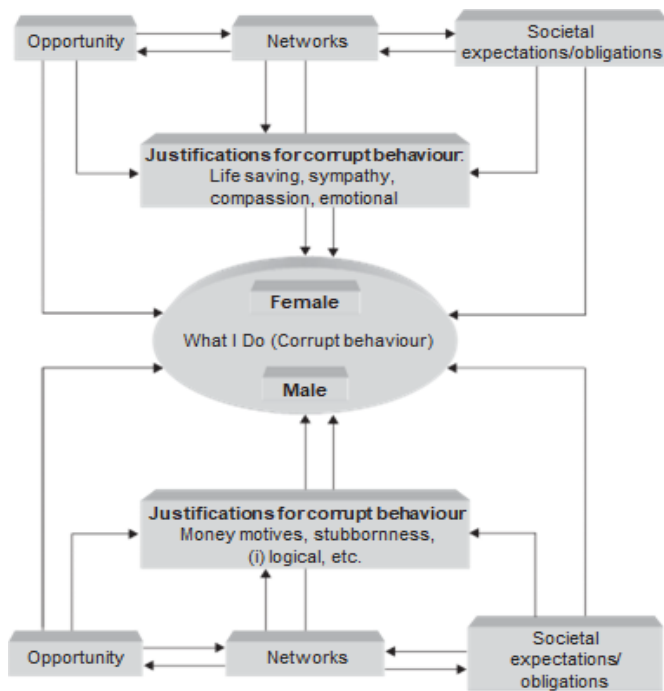
Korupsi (Guntara, 2020) seperti benalu dalam kehidupan masyarakat yang modern, meskipun berbagai pihak maupun gerakan sosial telah mengupayakan tindakan pencegahan telah dilakukan berupa himbauan maupun sosialisasi namun belum mampu berdampak pada perilaku oknum untuk berbuat rasa bersalah maupun mengurungkan niat untuk berbuat hal yang tidak baik serta menyimpang dari perilaku sifat dasar manusia.

Manusia pada umumnya memiliki sifat yang baik ketika lahir dan melakukan perubahan ketika faktor lingkungan mempengaruhi atas tindakan seseorang untuk berbuat yang tidak diperkenankan, semula tindakan yang kurang baik hanya meniru dan mengikuti gaya orang lain menjadi kegiatan yang dilakukan biasa kemudian pada tingkatan tertentu sudah biasa.

Dalam melakukan pencegahan korupsi (Wijayanti & Kasim, 2022) perlu dilakukan langkah-langkah yang harus dilakukan baik berupa kegiatan bersama maupun instrumen yang mampu memberikan peringatan dini, bahwa tindakan yang akan

dilakukan tidak sesuai dengan agama yang dianutnya, sehingga ada rasa malu pada diri sendiri dalam melakukan perbuatan yang merugikan baik pada negara, perusahaan maupun para pegawai yang semestinya menjadi haknya mereka tapi karena sesuatu hal, para pegawai yang seharusnya menerima tidak bisa dilaksanakan, karena jumlah laba yang harus dibagi tidak sebesar yang diperoleh, maupun belanja barang dan inventaris yang dibeli tidak sesuai dengan kualitas yang diberikan (Liu & Peng, 2015).

Gambar 6.1
Perilaku Korupsi



Sumber: (Bracking, n.d.)

Korupsi menyangkut perilaku, sehingga dalam melakukan pencegahan, maka diutamakan strategi yang berkaitan dengan

kejiwaan, sehingga oknum yang melakukan korupsi sadar bahwa perbuatan itu akan berdampak pada dirinya sendiri namun akan berpengaruh pada keluarga serta keturunannya sebagaimana digambarkan pada gambar 8.1. Inilah pentingnya menyusun program bahwa pencegahan korupsi (Jetter & Parameter, 2018) bukan dibebankan oleh aparat penegak hukum, namun tanggung jawab atas terjadinya penyakit mental merupakan permasalahan yang dihadapi bersama, sehingga disusun instrumen yang jelas untuk memberikan rasa malu maupun menyesal bagi pihak lain yang berniat melakukan tindakan yang tidak terpuji tersebut. Banyak cara yang dilakukan oleh masing-masing negara dalam melakukan pencegahan korupsi, namun pada umumnya tindakan korupsi tersebut mengalami penurunan sangat drastis mengingat ada pembenahan dalam mengkonstruksi hukuman secara formal maupun secara sosial (Abedifar et al., 2020).

Pencegahan korupsi (Pavros, 2017) bisa dilakukan oleh seluruh masyarakat baik umum maupun masyarakat yang tergabung dalam wadah organisasi bisnis (Abdurohim, 2022), swadaya maupun relawan, meliputi:

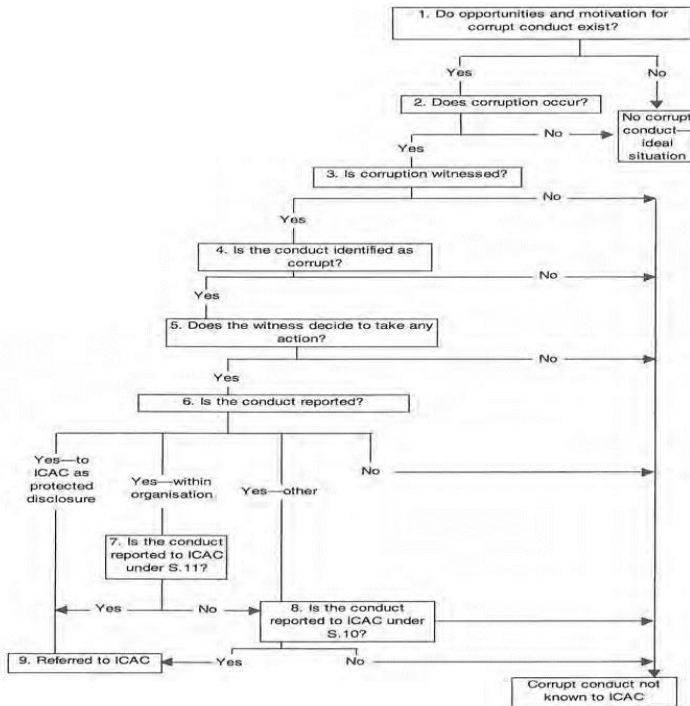
- a) Menghindari suatu kegiatan atau aktivitas yang mengarah pada aktivitas yang menguntungkan bagi dirinya sendiri maupun untuk pihak lain, sehingga negara dirugikan secara material seperti pengadaan barang, meminta uang atas setiap pegawai yang akan naik jabatan.
- b) Menjaga kehormatan diri sendiri maupun keluarga, sebab jika terbukti melakukan tindakan korupsi, bukan saja diri sendiri reputasinya hancur, dan juga berimbas kepada reputasi keluarga serta turunan yang memiliki masa depan cerah berubah menjadi suram dan tidak memiliki harapan untuk merengkuh masa depan yang gemilang.
- c) Menyampaikan informasi baik kepada pimpinan secara vertikal, maupun memberikan laporan resmi kepada pihak berwajib untuk bisa memprosesnya atas tindakan pihak lain

yang merugikan Negara, namun laporan ini harus dilandasi dengan bukti yang kuat dan tidak boleh memiliki tujuan tertentu hanya untuk menjatuhkan nama baik orang lain ataupun mencemarkan nama baik orang lain, sebab bila yang dilaporkan tidak terbukti melakukan kesalahan maka akan menjadi bumerang terhadap orang yang melaporkan akan menuntut balik kepada pelapor.

- d) Melakukan perbaikan yang diperlukan terutama sistem yang telah ada, bisa menjadi kelemahan untuk memberantas tindakan korupsi, baik dari segi hukum korupsi, pengadaan, pengawasan melekat, serta melakukan aktivitas monitoring dan evaluasi secara rutin dilakukan oleh para pemimpin.
- e) Melakukan aktivitas literasi (Harto & Abdurrohim, 2021) sehingga masyarakat secara luas memahami masalah korupsi serta hukumannya, sehingga informasi ini memberikan pemahaman kepada masyarakat bahwa tindakan-tindakan apa saja yang digolongkan sebagai perbuatan melakukan korupsi serta hukuman apa saja yang bila melakukan tindakan korupsi dikenakan kepada pelaku.

Mencegah tindakan korupsi terlebih dahulu para pihak internal memahami terlebih dahulu mengenai proses standar operating prosedur aktivitas perusahaan, sehingga dari aliran kegiatan tersebut dapat diketahui penyimpangan yang terjadi, sebagaimana gambar 6.3

Gambar 6.2
Perilaku Korupsi

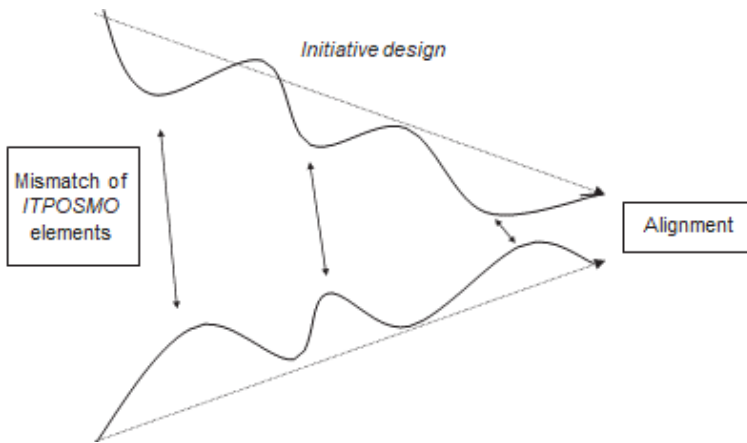


Sumber: (Peter & Nick, 2013)

6.2 Gerakan kerjasama dalam memberantas korupsi di dalam negeri

Bentuk kerja sama yang dilakukan baik oleh masyarakat maupun oleh instansi tertentu dalam pemerintahan untuk aktif melakukan pemberantasan tindakan korupsi (Mohammadi et al., 2017) baik dilakukan secara masing-masing maupun bersama, sebab tidak bisa memberantas korupsi dilakukan sendirian selain banyak menghabiskan sumber daya juga tidak memberikan efek yang luas untuk kemanfaatannya.

Gambar 6.3
Gerakan Pencegahan Korupsi



Sumber: (Bracking, n.d.)

Meminimalisasi bahkan menghilangkan tindakan korupsi akan mendapat tantangan dari berbagai pihak yang merasa kebiasaan selama ini dihalangi, namun kuatnya Pemimpin dalam menerapkan korupsi musuh bersama, maka lambat laun pihak yang berbuat jahat semakin berkurang, berdampak pada kesejahteraan bersama, sebagaimana ditampilkan pada gambar 6.3. Beberapa instansi yang secara hukum memiliki kedudukan dalam melakukan tindakan pencegahan maupun menuntut hukuman bagi yang terbukti melakukan tindakan yang digolongkan korupsi (van Deurzen, 2017), seperti:

- a) Pihak yang melakukan pencegahan terhadap orang yang melakukan tindakan hukum

Beberapa pihak yang memiliki aktivitas untuk mencegah tindakan orang yang akan melakukan tindakan korupsi, meliputi:

- Ombudsman Republik Indonesia (Wirananda et al., 2022), instansi ini dibentuk secara resmi oleh Pemerintah RI

tujuannya memberikan edukasi terhadap hak dan kewajiban bagi warga negara dalam menjalankan perannya di dalam negara, sehingga mampu menilai atas perlakuan yang kurang menyenangkan bila ada aparat yang bertindak sewenang-wenang dalam menjalankan perannya seperti memungut biaya atas aktivitas yang secara jelas dalam regulasi tidak dikenakan, sehingga masyarakat bisa mengadukan ke ombudsman ini bila tindakan aparat negara tersebut mengarah pada korupsi.

- Lembaga swadaya masyarakat seperti Yayasan Lembaga Bantuan Hukum dan lembaga swadaya masyarakat lainnya (Herdiansah, 2016).

Lembaga Swadaya Masyarakat dibentuk oleh masyarakat dalam rangka memperkuat civil society tujuannya untuk mengawasi jalannya Pemerintahan dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat seperti masyarakat yang mencari keadilan diperlakukan tidak sesuai dengan regulasi yang telah ditetapkan, atau LSM lain yang bergerak dalam mengawasi instansi yang dalam menjalankan perannya selain melakukan tindakan yang tidak terpuji dengan melakukan nepotisme maupun korupsi, maka bersama-sama masyarakat mengadukan pada aparat penegak hukum.

- b) Pihak yang selain melakukan tindakan pencegahan, serta melakukan pembenahan terhadap instrumen penegakan tindak pidana korupsi

Pencegahan korupsi merupakan tindakan yang bersifat untuk melakukan pengurangan niat oknum yang akan melakukan tindakan korupsi, sifatnya hanyalah mencegah, sedangkan gerakan yang paling krusial adalah bagaimana instrumen penegakan tindakan hukum ini diterapkan, tentunya harus mendapatkan monitoring dan evaluasi. Lembaga yang memiliki dua fungsi selain melakukan pencegahan dan perbaikan instrumen adalah MPR, DPR dan DPRD (Riana & Rokan, 2021).

Lembaga ini yang akan memperbaiki pencegahan dan penindakan korupsi terutama dari segi peraturan, salah satu yang memperlemah dalam masalah korupsi adalah peraturan yang dipergunakan oleh para penegak hukum untuk menindak pelaku korupsi yang semakin canggih, sehingga membutuhkan adanya aturan baru, sebab setiap pihak yang melakukan tindakan korupsi berupaya untuk menghilangkan jejaknya.

- c) Pihak yang selain melakukan tindakan pencegahan, serta melakukan pembenahan terhadap layanan dan sistem

Instansi pemerintah (Pradana & Ma'ruf, 2021) yang memiliki fungsi untuk melakukan pencegahan terhadap oknum yang melakukan tindak pidana korupsi seperti Inspektorat, para pejabat, Pimpinan Kepala Pemerintahan dan Pimpinan Daerah sebagai *role model* dalam pencegahan tindakan korupsi, karena bagaimanapun para pejabat dan pimpinan menjadi panutan bagi aparat yang ada di bawahnya (Ismail, 2019), sebab tidak mungkin gerakan pencegahan korupsi berhasil baik bila tidak didukung oleh para pejabat dan pimpinan, seperti memberikan layanan publik yang baik untuk masyarakat membayar kewajibannya seperti layanan pelayanan penerimaan pajak kendaraan bermotor, SIM, layanan izin usaha dan lainnya (Nugroho & Abdurrohim, 2021).

Gerakan pencegahan korupsi (Owusu et al., 2020) dimulai dari dalam instansi, sebab sulit memberikan penjelasan yang rasional jika pihak yang melakukan tindakan penegakan hukum untuk dirinya sendiri tidak memperlihatkan langkah-langkah perbaikan, sehingga menjadi pembenaran bagi yang lain untuk melakukan tindakan yang kurang sesuai dengan regulasi. Karena itu gerakan yang dilakukan oleh pemerintah juga diikuti oleh masyarakat untuk mendukungnya, karena rakyatlah yang

merasakan langsung atas tindakan beberapa oknum yang menyebabkan kerugian negara.

- d) Pihak yang selain melakukan tindakan pencegahan juga melakukan tuntutan hukum

Aparat pemerintahan yang memiliki peran selain melakukan literasi pencegahan tindakan korupsi kepada masyarakat maupun intern instansi juga melakukan penuntutan tindak pidana korupsi yang dilakukan oleh oknum yang dengan jelas melakukan tindakan tidak terpuji seperti: Kejaksaan RI (MASAR, 2018), Kepolisian RI (Babay, 2018).

- e) Pihak yang melakukan pencegahan serta menuntut bagi orang yang melakukan tindakan korupsi.

Instansi yang memiliki peran ganda untuk melakukan pencegahan korupsi yaitu Instansi Kehakiman baik ditingkat pusat maupun daerah, yaitu mampu memberikan informasi yang jelas kepada aparat maupun masyarakat yang mencari keadilan tidak boleh dikenakan biaya apapun untuk meminta keadilan, sebab instansi ini menjadi tumpuan harapan bagi masyarakat umum untuk melakukan gerakan pencegahan dan pemberi hukuman yang setimpal dalam penegakan pemberantasan tindak pidana korupsi, sehingga bila dalam aktivitasnya mampu membuktikan harapan masyarakat maka akan mendapatkan apresiasi yang tinggi untuk mendukung langkah-langkah perbaikan.

6.3 Instrumen Nasional pencegahan korupsi

Instrumen dalam pemberantasan sangatlah penting karena untuk landasan dalam penuntutan hukum bagi pihak yang terbukti melakukan tindakan korupsi (Sanchez & Lam Cek, 2023) untuk melakukan penuntutan dan menjatuhkan hukumannya. Instrumen ini dalam bentuk Undang-Undang, Keputusan Presiden serta lainnya yang dikeluarkan oleh Pemerintah secara resmi, sehingga pihak manapun tidak bisa

melakukan alibi jika oknum yang telah jelas-jelas melakukan tindakan yang tidak sesuai dengan aturan.

Beberapa instrumen nasional yang digunakan dalam penindakan korupsi, yaitu:

- a) UUD 1945 adalah konstitusi dan sumber hukum tertinggi yang berlaku di Republik Indonesia. UUD 1945 menjadi perwujudan dari dasar negara (ideologi) Indonesia, yaitu Pancasila, yang disebutkan secara gamblang dalam Pembukaan UUD 1945.
 - b) Ketetapan MPR Nomor XI/MPR/1998 Tentang Penyelenggaraan Negara yang bersih dan Bebas Korupsi, Kolusi dan Nepotisme
 - c) UU salah satu jenis Peraturan Perundang-Undangan yang ditetapkan oleh DPR bersama dengan Presiden. Kedudukan Undang-Undang ini sangatlah strategis dalam melakukan pencegahan dan pemberantasan tindak pidana korupsi di Indonesia. Sebab dengan adanya Undang-Undang ini aparat penegak hukum bisa menetapkan hukuman bagi para koruptor diantaranya.
 - Undang-Undang Nomor 7 tahun 2006 tentang Pengesahan United Nation Conventions Against Corruption
 - d) Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang (Perpu)
 - Perppu No 24 tahun 1960 tentang Pengusutan, Penuntutan dan Pemeriksaan Tindak Pidana Korupsi.
 - e) Peraturan Pemerintah (PP)
 - PP No. 57 tahun 2003 tentang tata cara perlindungan khusus bagi pelapor dan saksi tindak pidana pencucian uang
 - f) Instruksi Presiden
 - Inpres No. 5 tahun 2004 tentang Percepatan Pemberantasan Tindak pidana korupsi.
 - g) Keputusan Presiden
 - Keppres No.11 tahun 2005 tentang Tim Koordinasi pemberantasan tindak pidana korupsi.
- Instrumen secara nasional juga diikuti penerapan instrumen pencegahan Pemerintah Daerah, meliputi:

- a) Perencanaan dan penganggaran APBD, dalam aktivitas perencanaan dan penganggaran APBD meminimalisasi adanya tindakan korupsi maka diperlukan secara digital dalam bentuk e Planning dan e Budgeting.
- b) Pengadaan barang dan jasa (PBJ) dilakukan melalui e Procurement dan e-Catalog.
- c) Pelayanan terpadu satu pintu (PTSP) sehingga para investor maupun masyarakat dimudahkan dalam pengajuan izin maupun pembayarannya.
- d) Manajemen aparatur sipil negara (ASN) didasarkan pada penilaian kinerja yang berbasis scientific sehingga memberikan semangat dalam pelaksanaan karirnya
- e) Kapabilitas aparat pengawas internal pemerintah (APIP), dengan meningkatkan kapasitas pengawasan melalui berbagai pendidikan.
- f) Optimalisasi pendapatan daerah melalui penggunaan teknologi informasi dan komunikasi
- g) Dana Desa diperlukan kemampuan dalam mengawasi dana yang telah diberikan oleh kementerian
- h) Manajemen Aset Daerah, yaitu pencatatan aset-aset daerah sangat penting

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurohim, A. (2022). Maintaining Sustainable Business in Entering the New Normal Era. *Available at SSRN 4312317*.
- Abedifar, P., Molyneux, P., Tarazi, A., Act of the Republic of Indonesia, Ali Akbar, Mhd., Salakory, Wenno, Frans, Anaktototy, Jannah, S. F., Paul M. Muchinsky, Soleman, R., Anugerah, R., Saputra, A., Aditiansyah, I., Hughes, R., Anna, Y. D., Hughes, R., Salim, S., ... Andati, T. (2020). Pengantar Statistika. Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis. *Management Analysis Journal*, 1(1).
- Baby, C. K. (2018). KEDUDUKAN DAN TANGGUNG JAWAB KEPOLISIAN DALAM ORGANISASI NEGARA DI INDONESIA MENURUT UNDANG-UNDANG NO. 2 TAHUN 2002 TENTANG KEPOLISIAN RI. *Lex Et Societatis*, VI(2).
- Bracking, S. (n.d.). *Corruption and Development: The Anti-Corruption Campaigns (Palgrave Studies in Development)*.
- Guntara, B. (2020). MARAKNYA KORUPSI DI PEMERINTAHAN DAERAH DALAM ERA DESENTRALISASI. *Yuriska : Jurnal Ilmiah Hukum*, 12(1).
<https://doi.org/10.24903/yrs.v12i1.813>
- Harto, P., & Abdurohim, A. (2021). BAB 7 EVALUATING KNOWLEDGE MANAGEMENT. *Knowledge Management*, 129.
- Herdiansah, A. G. (2016). PERAN ORGANISASI MASYARAKAT (ORMAS) DAN LEMBAGA SWADAYA MASYARAKAT (LSM) DALAM MENOPANG PEMBANGUNAN DI INDONESIA. *Sosio*

- Global: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Sosiologi*, 1(1).
<https://doi.org/10.24198/jsg.v1i1.11185>
- Ismail, N. (2019). Kewenangan Dekonsentrasi Kepala Daerah Dalam Penyelenggaraan Pengelolaan Keuangan Daerah. *Gorontalo Law Review*.
<https://jurnal.unigo.ac.id/index.php/golrev/article/view/547>
- Jetter, M., & Parameter, C. F. (2018). Sorting through global corruption determinants: Institutions and education matter – Not culture. *World Development*, 109, 279–294.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2018.05.013>
- Liu, Q., & Peng, Y. (2015). Corruption in college admissions examinations in China. *International Journal of Educational Development*, 41, 104–111.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijedudev.2015.02.003>
- MASAR, A. D. (2018). *MEKANISME PENGEMBALIAN KERUGIAN DAERAH AKIBAT TINDAK PIDANA KORUPSI TERHADAP APBD (Studi di Kejaksaan Negeri Kota Yogyakarta dan e-journal.uaaj.ac.id*. <http://e-journal.uaaj.ac.id/16415/>
- Mohamadi, A., Peltonen, J., & Wincent, J. (2017). Government efficiency and corruption: A country-level study with implications for entrepreneurship. *Journal of Business Venturing Insights*, 8, 50–55.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2017.06.002>
- Nugroho, S. B. M., & Abdurohim, A. (2021). Bab 12 Inovasi Dan Kreativitas Ekonomi Pada Masa New Normal. *Menakar Ekonomi Di Era Pandemi Covid-19 & New Normal*, 180.

- Owusu, E. K., Chan, A. P. C., Yang, J., & Pärn, E. (2020). Towards corruption-free cities: Measuring the effectiveness of anti-corruption measures in infrastructure project procurement and management in Hong Kong. *Cities*, 96, 102435.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.cities.2019.102435>
- Pavroz, A. (2017). Corruption-oriented model of governance in contemporary Russia. *Communist and Post-Communist Studies*, 50(2), 145–155.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.postcomstud.2017.05.005>
- Peter, L., & Nick, W. (2013). *Corruption and Anti-Corruption*.
- Pradana, A. C., & Ma'ruf, M. F. (2021). Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah Dalam Pengelolaan Keuangan Pemerintah Desa. *Publika*, 9(1).
- Riana, A., & Rokan, M. K. (2021). Peran DPRD dalam Pengawasan terhadap Pelaksanaan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) di Kabupaten Serdang Bedagai. *Jurnal Pendidikan Tambusai*.
<https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/2316>
- Sanchez, E. M., & Lamchek, J. S. (2023). Creating a sovereign wealth fund in a corruption-riddled country: Energizing transparency and sound governance with direct benefit-sharing. *Resources Policy*, 81, 103244.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2022.103244>
- van Deurzen, I. (2017). And justice for all: Examining corruption as a contextual source of mental illness. *Social Science & Medicine*, 173, 26–34.

<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2016.11.033>

- Wijayanti, A., & Kasim, A. (2022). Collaborative Governance Strategi Nasional Pencegahan Korupsi (Stranas-PK) di Indonesia: Sebuah Studi Literatur. *Integritas: Jurnal Antikorupsi*, 7(2).
<https://doi.org/10.32697/integritas.v7i2.858>
- Wirananda, R., Taufiq, A., & Martini, R. (2022). Peran Ombudsman Republik Indonesia Perwakilan Jawa Tengah Dalam Mendorong Partisipasi Masyarakat Untuk Pencegahan Maladministrasi Dan Pengawasan Pelayanan Publik Di Kota Semarang. *Journal of Politic and Government Studies*.

BAB 7

PERENCANAAN USAHA BIDANG AGROBISNIS

7.1 Pendahuluan

▪ Ruang lingkup agrobisnis

Agrobisnis melibatkan aktivitas produksi, pengolahan, distribusi dan penjualan produk pertanian maupun perikanan. Secara umum, ruang lingkup agrobisnis mencakup seluruh proses bisnis yang terkait dengan produksi dan perdagangan produk pertanian maupun produk perikanan termasuk:

1. Produksi

Produksi meliputi kegiatan yang terkait dengan produksi tanaman dan hewan seperti pemilihan bibit, persiapan lahan, pemeliharaan tanaman, pakan dan pemeliharaan hewan serta pengendalian hama dan penyakit. Menurut Millers dan Meiners (2000) produksi tidak hanya terbatas pada pementannya saja tetapi juga penyimpanan, distribusi, pengangkutan, pengenceran dan pengemasan kembali atau yang lainnya.

2. Pengolahan

Pengolahan meliputi kegiatan yang terkait dengan pengolahan produk pertanian menjadi produk jadi seperti pengolahan bahan pangan dan pengolahan hasil perikanan.

3. Distribusi

Menurut Winardi (1989) Distribusi merupakan sekumpulan perantara yang terhubung erat antara satu dengan lainnya dalam kegiatan penyaluran produk-produk kepada konsumen. Distribusi meliputi kegiatan yang terkait dengan distribusi produk pertanian dari produsen ke konsumen seperti pengiriman dan penjualan produk ke pasar dan toko

4. Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2016) pemasaran merupakan kegiatan yang mengatur sebuah lembaga dan sebuah proses yang dapat menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan serta bertukar penawaran yang memiliki nilai bagi pelanggan dan masyarakat pada umumnya. Pemasaran meliputi kegiatan yang terkait dengan promosi dan penjualan produk pertanian ke konsumen seperti pengembangan merek, iklan dan strategi penjualan

5. Manajemen

Menurut G. R. Terry (2010) manajemen merupakan suatu proses khas yang terdiri atas tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakkan dan pengendalian untuk menentukan serta mencapai tujuan melalui pemanfaatan sumberdaya manusia dan sumberdaya lainnya. Manajemen meliputi kegiatan yang terkait dengan pengelolaan bisnis agrobisnis seperti perencanaan strategis, pengelolaan sumberdaya manusia, pengelolaan keuangan dan pengelolaan risiko.

Ruang lingkup agrobisnis dapat berbeda-beda tergantung pada jenis pertanian atau perikanan yang diproduksi dan pasar yang dituju. Namun secara umum, agrobisnis merupakan bisnis yang memiliki potensi besar dalam menghasilkan keuntungan dan memberikan kontribusi positif bagi perekonomian dan kesejahteraan masyarakat.

▪ **Pengertian perencanaan agrobisnis**

Perencanaan agrobisnis adalah proses perencanaan dan pengelolaan berbagai aspek bisnis yang terkait dengan produksi, pengolahan, distribusi dan pemasaran produk pertanian. Tujuan utama dari perencanaan agrobisnis adalah untuk mencapai tujuan bisnis dan memaksimalkan keuntungan dengan cara yang efisien dan berkelanjutan.

Proses perencanaan agrobisnis melibatkan analisis pasar, analisis finansial dan analisis risiko untuk menentukan produk apa yang akan diproduksi, berapa banyak uang yang akan diproduksi dan bagaimana produk akan dipasarkan dan didistribusikan. Selain itu, perencanaan agrobisnis juga mencakup rencana produksi, rencana manajemen sumberdaya manusia dan rencana manajemen risiko.

Rencana agrobisnis yang baik harus dapat mempertimbangkan faktor-faktor eksternal seperti perubahan pasar, kondisi cuaca dan peraturan pemerintah. Rencana ini juga harus fleksibel dan dapat disesuaikan dengan kondisi yang berubah seiring waktu. Dalam rangka mencapai keberhasilan dalam agrobisnis, perencanaan agrobisnis yang matang sangat penting untuk mengoptimalkan keuntungan dan meminimalkan risiko.

▪ **Tahap perencanaan agrobisnis**

Perencanaan agrobisnis merupakan tahap awal dalam memulai bisnis di sektor pertanian maupun perikanan. Tahap perencanaan ini sangat penting dilakukan agar bisnis dapat berjalan dengan lancar dan berhasil mencapai tujuannya. Berikut adalah tahap-tahap dalam perencanaan agrobisnis:

1. Analisis pasar dan pesaing

Langkah pertama yang perlu dilakukan dalam perencanaan agrobisnis adalah menganalisis pasar dan pesaing. Pemilik bisnis harus mempelajari segmen pasar yang akan dilayani dan siapa saja pesaing yang ada. Hal ini akan membantu untuk mengidentifikasi peluang dan tantangan yang akan dihadapi.

2. Menentukan jenis produk atau komoditas
Setelah mengetahui pasar dan pesaing, tahap selanjutnya adalah menentukan jenis produk atau komoditas yang akan dihasilkan. Pemilik bisnis harus mempertimbangkan kebutuhan pasar, potensi keuntungan, dan kemampuan produksi.
3. Membuat rencana bisnis
Rencana bisnis adalah dokumen yang berisi tujuan bisnis, strategi, target pasar, produk atau komoditas, analisis finansial, dan lain-lain. Rencana bisnis akan membantu untuk merencanakan langkah-langkah yang akan diambil untuk mencapai tujuan bisnis.
4. Menentukan lokasi dan lahan
Menentukan lokasi dan lahan adalah hal yang sangat penting dalam bisnis agrobisnis. Pemilihan lokasi dan lahan yang tepat akan mempengaruhi kesuksesan bisnis. Pemilik bisnis harus mempertimbangkan faktor seperti iklim, kondisi tanah, ketersediaan air, aksesibilitas, dan lain-lain.
5. Menyiapkan modal dan sumber daya manusia
Bisnis agrobisnis membutuhkan modal yang cukup besar untuk memulai, seperti untuk membeli lahan, bibit, pupuk, dan lain-lain. Selain itu, pemilik bisnis juga harus mempersiapkan sumber daya manusia yang berkualitas untuk mengelola bisnis.
6. Merencanakan teknis produksi
Setelah memiliki lahan dan sumber daya manusia, tahap selanjutnya adalah merencanakan teknis produksi. Hal ini meliputi pemilihan jenis tanaman atau hewan, teknik budidaya, pengelolaan lahan, pemeliharaan tanaman atau hewan, dan lain-lain.
7. Memasarkan produk
Setelah berhasil menghasilkan produk, tahap selanjutnya adalah memasarkannya. Pemilik bisnis harus mempertimbangkan strategi pemasaran yang tepat untuk menjangkau konsumen potensial dan memperluas pasar.

Demikianlah tahap-tahap dalam perencanaan agrobisnis. Tahap-tahap ini harus dilakukan dengan cermat dan terperinci agar bisnis dapat berjalan dengan sukses.

▪ **Kegiatan perencanaan agrobisnis**

Kegiatan perencanaan agrobisnis meliputi berbagai aspek, dari penentuan jenis komoditas hingga strategi pemasaran. Berikut adalah beberapa kegiatan perencanaan agrobisnis yang perlu dilakukan:

1. Studi kelayakan bisnis

Menurut Kasmir dan Jafkar (2012) studi kelayakan bisnis merupakan suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dapat dijalankan. Studi kelayakan bisnis adalah tahap awal dalam perencanaan agrobisnis. Pada tahap ini, perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui apakah bisnis agrobisnis yang akan dijalankan memungkinkan untuk mendapatkan keuntungan atau tidak.

2. Analisis pasar dan pesaing

Analisis pasar dan pesaing sangat penting untuk menentukan jenis komoditas yang akan dihasilkan dan strategi pemasaran yang tepat. Analisis pasar meliputi penelitian tentang kebutuhan dan preferensi konsumen serta potensi pasar yang ada, sementara analisis pesaing meliputi penelitian tentang kompetitor yang sudah ada dan strategi yang mereka gunakan.

3. Pemilihan lokasi dan lahan

Pemilihan lokasi dan lahan yang tepat akan mempengaruhi keberhasilan bisnis agrobisnis. Lokasi dan lahan yang dipilih harus memenuhi persyaratan seperti kondisi tanah yang baik, ketersediaan air yang cukup, dan aksesibilitas yang memadai.

4. Menentukan jenis komoditas

Setelah mengetahui pasar dan pesaing, perlu ditentukan jenis komoditas yang akan dihasilkan. Pemilihan jenis komoditas harus didasarkan pada potensi pasar yang ada, kebutuhan konsumen, serta kemampuan produksi.

5. Merencanakan teknis produksi

Merencanakan teknis produksi meliputi pemilihan jenis tanaman atau hewan, teknik budidaya, pengelolaan lahan, pemeliharaan tanaman atau hewan, serta pengendalian hama dan penyakit. Semua faktor tersebut harus diperhitungkan secara cermat untuk memastikan produksi yang optimal.

6. Menyiapkan modal dan sumber daya manusia

Bisnis agrobisnis membutuhkan modal yang cukup besar untuk memulai, seperti untuk membeli lahan, bibit, pupuk, dan lain-lain. Selain itu, perlu juga mempersiapkan sumber daya manusia yang berkualitas untuk mengelola bisnis.

7. Merencanakan strategi pemasaran

Strategi pemasaran yang tepat akan membantu memperluas pasar dan meningkatkan penjualan. Perlu dipertimbangkan berbagai faktor seperti saluran distribusi, branding, promosi, serta harga yang kompetitif.

8. Memonitor dan mengevaluasi bisnis

Memonitor dan mengevaluasi bisnis secara teratur sangat penting untuk mengetahui perkembangan bisnis dan memastikan bahwa tujuan bisnis tercapai. Evaluasi ini dapat dilakukan dengan membandingkan kinerja bisnis dengan rencana bisnis yang telah dibuat.

Demikianlah beberapa kegiatan perencanaan agrobisnis yang perlu dilakukan. Seluruh kegiatan tersebut harus dilakukan dengan cermat dan terperinci untuk memastikan kesuksesan bisnis.

7.2 Menentukan lokasi usaha

▪ Lokasi usaha

Menentukan lokasi usaha sangat penting dalam perencanaan usaha bidang agrobisnis, karena lokasi yang tepat akan mempengaruhi keberhasilan dan keuntungan bisnis. Berikut adalah beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan lokasi usaha dalam perencanaan usaha bidang agrobisnis:

1. Ketersediaan sumber daya alam
Lokasi usaha harus memenuhi ketersediaan sumber daya alam seperti tanah yang subur, air yang cukup, iklim yang cocok untuk pertumbuhan tanaman atau peternakan, serta sumber energi yang cukup. Faktor ini akan mempengaruhi produktivitas dan keuntungan bisnis.
2. Aksesibilitas
Lokasi usaha harus mudah dijangkau oleh pemasok dan konsumen. Jika lokasi usaha sulit dijangkau, maka biaya transportasi akan meningkat dan dapat mempengaruhi harga jual produk.
3. Infrastruktur
Lokasi usaha harus memiliki infrastruktur yang memadai seperti jalan yang baik, akses listrik dan air yang mudah, serta sarana dan prasarana pendukung lainnya seperti kantor pos, toko pertanian, dll.
4. Regulasi
Lokasi usaha harus sesuai dengan regulasi pemerintah seperti peraturan tentang izin usaha, zonasi, serta penggunaan lahan. Jika lokasi usaha tidak sesuai dengan regulasi, maka bisnis dapat mengalami masalah hukum.
5. Pasar
Lokasi usaha harus dekat dengan pasar atau konsumen potensial. Dengan demikian, biaya transportasi dapat ditekan dan produk dapat lebih mudah dipasarkan.
6. Keamanan

Lokasi usaha harus aman dan tidak terkena risiko seperti bencana alam, kejahatan, dan konflik sosial.

▪ **Ketersediaan tenaga kerja**

Ketersediaan tenaga kerja adalah faktor penting yang perlu dipertimbangkan dalam perencanaan usaha bidang agrobisnis. Berikut adalah beberapa hal yang perlu dipertimbangkan terkait ketersediaan tenaga kerja:

1. Jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan
Perencanaan usaha bidang agrobisnis harus mempertimbangkan jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan. Jumlah tenaga kerja yang diperlukan akan bergantung pada jenis usaha, skala usaha, dan teknologi yang digunakan.
2. Kemampuan dan keterampilan tenaga kerja
Perusahaan harus mempertimbangkan kemampuan dan keterampilan tenaga kerja yang dibutuhkan untuk menjalankan operasi bisnis. Misalnya, untuk usaha pertanian, tenaga kerja yang memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam bidang pertanian akan sangat dibutuhkan.
3. Ketersediaan tenaga kerja di lokasi usaha
Perusahaan harus mempertimbangkan ketersediaan tenaga kerja di lokasi usaha. Jika tenaga kerja di lokasi usaha tidak cukup, maka perusahaan harus mencari tenaga kerja dari luar wilayah tersebut.
4. Upah tenaga kerja
Perusahaan harus mempertimbangkan besaran upah yang harus diberikan kepada tenaga kerja. Besaran upah yang wajar akan mempengaruhi daya saing perusahaan dalam mempertahankan dan merekrut tenaga kerja.
5. Kondisi kerja dan fasilitas
Perusahaan harus memastikan bahwa kondisi kerja dan fasilitas yang tersedia memadai dan memenuhi standar

yang diperlukan. Hal ini akan mempengaruhi kualitas kerja dan produktivitas tenaga kerja.

6. Ketersediaan tenaga kerja yang terampil

Untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas usaha, perusahaan harus mempertimbangkan ketersediaan tenaga kerja yang terampil dalam bidang tertentu. Ketersediaan tenaga kerja terampil dapat membantu meningkatkan efisiensi dan efektivitas produksi.

Dalam perencanaan usaha bidang agrobisnis, perusahaan harus mempertimbangkan ketersediaan tenaga kerja secara komprehensif dan strategis. Hal ini akan membantu memastikan kesuksesan usaha dan pengembangan bisnis yang berkelanjutan

▪ **Ketersediaan sarana dan prasarana fisik**

Sarana dan prasarana fisik adalah faktor penting yang perlu dipertimbangkan dalam perencanaan usaha bidang agrobisnis. Berikut adalah beberapa hal yang perlu dipertimbangkan terkait ketersediaan sarana dan prasarana fisik:

1. Ketersediaan lahan

Lahan merupakan aset penting dalam usaha agrobisnis. Perusahaan harus mempertimbangkan ketersediaan lahan yang memadai dan sesuai dengan kebutuhan produksi. Selain itu, perusahaan juga harus mempertimbangkan faktor-faktor seperti kualitas tanah, akses air, dan keberadaan jaringan irigasi.

2. Fasilitas produksi

Perusahaan harus memastikan bahwa fasilitas produksi yang tersedia memadai dan memenuhi standar yang diperlukan. Fasilitas produksi yang baik akan membantu meningkatkan efisiensi dan efektivitas produksi. Misalnya, untuk usaha pertanian, fasilitas produksi yang diperlukan antara lain alat pertanian, peralatan irigasi, dan sarana penunjang lainnya.

3. Fasilitas pengolahan

Jika usaha agrobisnis melibatkan pengolahan produk, perusahaan harus mempertimbangkan ketersediaan fasilitas pengolahan yang memadai. Fasilitas pengolahan yang baik akan membantu meningkatkan kualitas produk dan nilai tambah bisnis.

4. Transportasi dan logistik

Perusahaan harus mempertimbangkan ketersediaan transportasi dan logistik yang memadai untuk memasarkan produk dan mengirimkan bahan baku. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan antara lain keberadaan jaringan jalan, moda transportasi yang tersedia, dan akses ke pelabuhan atau bandara.

5. Sumber energi

Usaha agrobisnis membutuhkan sumber energi seperti listrik dan bahan bakar. Perusahaan harus mempertimbangkan ketersediaan sumber energi yang memadai dan terjangkau.

6. Fasilitas penunjang lainnya

Perusahaan harus mempertimbangkan ketersediaan fasilitas penunjang lainnya seperti toko pertanian, pusat penyimpanan, dan tempat penjualan. Fasilitas penunjang yang memadai akan membantu mempercepat proses produksi dan memasarkan produk.

Dalam perencanaan usaha bidang agrobisnis, perusahaan harus mempertimbangkan ketersediaan sarana dan prasarana fisik dengan cermat. Hal ini akan membantu memastikan kesuksesan usaha dan pengembangan bisnis yang berkelanjutan

▪ **Ketersediaan teknologi**

Ketersediaan teknologi sangat penting dalam perencanaan usaha bidang agrobisnis. Berikut adalah beberapa hal yang perlu dipertimbangkan terkait ketersediaan teknologi dalam perencanaan usaha bidang agrobisnis:

1. Teknologi pertanian/perikanan

Perusahaan harus mempertimbangkan penggunaan teknologi pertanian modern seperti penggunaan pupuk organik, penggunaan pestisida alami, sistem irigasi otomatis, dan teknologi lainnya yang dapat membantu meningkatkan produktivitas dan kualitas produk.

2. Teknologi pengolahan

Jika usaha agrobisnis melibatkan pengolahan produk, perusahaan harus mempertimbangkan penggunaan teknologi pengolahan yang modern dan memenuhi standar kualitas yang diperlukan. Misalnya, teknologi pengemasan yang modern dan inovatif dapat membantu meningkatkan nilai tambah produk.

3. Teknologi informasi

Perusahaan harus mempertimbangkan penggunaan teknologi informasi dalam manajemen usaha seperti penggunaan software akuntansi, software manajemen persediaan, dan software manajemen produksi. Teknologi informasi juga dapat membantu dalam pemasaran dan promosi produk melalui media sosial dan website.

4. Teknologi transportasi dan logistik

Perusahaan harus mempertimbangkan penggunaan teknologi transportasi dan logistik yang modern seperti tracking dan monitoring sistem, penggunaan truk pendingin untuk menjaga kualitas produk, dan penggunaan teknologi lainnya yang dapat membantu mempercepat dan mempermudah pengiriman produk.

5. Teknologi energi terbarukan

Perusahaan harus mempertimbangkan penggunaan teknologi energi terbarukan seperti panel surya dan turbin angin yang dapat membantu mengurangi biaya energi dan meningkatkan efisiensi produksi.

Dalam perencanaan usaha bidang agrobisnis, perusahaan harus mempertimbangkan ketersediaan teknologi yang sesuai dan efektif dalam meningkatkan produktivitas, kualitas produk, dan efisiensi biaya. Penggunaan teknologi yang tepat dapat

membantu perusahaan untuk berkembang dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif

7.3 Menentukan jenis usaha sesuai komoditas pilihan

▪ Jenis-jenis usaha agrobisnis

Berikut merupakan jenis usaha agrobisnis yang umum ditemukan :

1. Pertanian

Usaha pertanian meliputi produksi tanaman pangan, sayuran, buah-buahan, bunga dan tanaman hias. Pertanian juga mencakup peternakan, perikanan dan kehutanan

2. Perikanan

Usaha perikanan mencakup budidaya ikan, udang, kerang dan berbagai jenis hewan air lainnya. Usaha perikanan juga meliputi pengolahan ikan dan produk-produk laut lainnya

3. Peternakan

Usaha peternakan meliputi pengembangbiakan hewan untuk diambil daging, susu, telur, bulu dan bahan-bahan lainnya. Peternakan dapat berupa peternakan sapi, kambing, domba, ayam, bebek dan lain-lain

4. Pengolahan pangan

Usaha pengolahan pangan mencakup pembuatan makanan dan minuman dari bahan-bahan alami seperti pengolahan buah-buahan menjadi jus atau sari buah, pembuatan susu atau produk susu lainnya, pembuatan tepung, gula dan minyak

5. Agroforestry

Usaha agroforestry mencakup pengembangan dan pemanfaatan tanaman yang berfungsi ganda baik untuk

produksi makanan maupun untuk pengembangan hutan atau kehutanan

6. Agrotourism

Usaha agrotourism meliputi pengembangan wisata pedesaan yang memanfaatkan kegiatan pertanian atau perikanan sebagai daya tarik wisata seperti berkebun, tempat pemancingan atau tempat pemeliharaan ikan

7. Perdagangan dan distribusi

Usaha perdagangan dan distribusi dalam agrobisnis melibatkan perdagangan komoditas pertanian/perikanan dan produk-produk lainnya baik secara lokal maupun internasional

8. Teknologi pertanian

Usaha teknologi pertanian mencakup pengembangan teknologi untuk memperbaiki proses produksi pertanian seperti pengembangan sistem irigasi yang lebih efisien, pengembangan varietas tanaman yang lebih tahan terhadap penyakit dan hama serta pengembangan aplikasi teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi produk

Jenis-jenis usaha agrobisnis diatas menunjukkan berbagai cara yang dapat ditempuh untuk mengembangkan usaha agrobisnis dan memperoleh keuntungan dari sektor pertanian dan perikanan.

▪ **Komoditas unggulan**

Komoditas unggulan dalam perencanaan usaha agrobisnis dapat bervariasi tergantung pada lokasi geografis, iklim, kondisi tanah, permintaan pasar dan faktor-faktor lainnya. Namun secara umum, beberapa komoditas unggulan dalam usaha agrobisnis antara lain :

1. Padi

Padi merupakan komoditas utama dalam sektor pertanian dan menjadi sumber pangan utama bagi sebagian besar penduduk di Indonesia. Produksi padi dapat dijadikan bisnis untuk berbagai jenis usaha

agrobisnis seperti pengolahan beras, produksi makanan olahan dan pengembangan pupuk organik.

2. Kopi

Kopi merupakan salah satu komoditas ekspor unggulan Indonesia dan memiliki pangsa pasar yang cukup besar di dunia. Usaha agrobisnis kopi dapat meliputi pengembangan perkebunan kopi, pengolahan biji kopi dan produksi kopi olahan.

3. Kelapa

Kelapa merupakan komoditas agrobisnis yang memiliki banyak manfaat, baik untuk kebutuhan pangan, industri maupun kesehatan. Usaha agrobisnis kelapa dapat meliputi pengembangan perkebunan kelapa, pengolahan kelapa menjadi minyak kelapa, serat kelapa dan produk lainnya

4. Buah-buahan

Buah-buahan seperti mangga, jeruk, apel dan pisang juga memiliki potensi besar sebagai komoditas unggulan dalam usaha agrobisnis. Usaha agrobisnis buah-buahan dapat meliputi pengembangan kebun buah, pengolahan buah menjadi olahan dan pengembangan produk turunan seperti sari buah

5. Ikan

Indonesia memiliki sumberdaya laut yang melimpah dan berpotensi sebagai komoditas unggulan dalam usaha agrobisnis. Usaha agrobisnis ikan dapat meliputi budidaya ikan, pengolahan ikan menjadi produk olahan dan pengembangan produk turunan seperti tepung ikan.

6. Sayuran

Sayuran seperti kubis, buncis, wortel, dan tomat juga memiliki potensi besar sebagai komoditas unggulan dalam usaha agrobisnis. Usaha agrobisnis sayuran dapat meliputi pengembangan kebun sayuran, pengolahan sayuran menjadi produk olahan dan pengembangan produk turunan seperti jus sayuran.

Komoditas unggulan dalam perencanaan usaha agrobisnis diatas menunjukkan berbagai peluang bisnis yang dapat diambil dari sektor pertanian dan perikanan. Namun, sebelum memulai usaha agrobisnis perlu dilakukan analisis pasar, pengelolaan risiko dan perencanaan yang matang agar usaha agrobisnis dapat berjalan dengan efektif dan efisien.

- **Keunggulan komparatif**

Keunggulan komparatif merujuk pada kemampuan suatu daerah atau negara untuk memproduksi suatu barang atau jasa dengan biaya yang lebih rendah atau dengan efisiensi yang lebih tinggi dibandingkan dengan negara atau daerah lain. Dalam konteks perencanaan usaha bidang agrobisnis, keunggulan komparatif dapat membantu dalam menentukan jenis usaha yang sesuai dengan komoditas pilihan. Misalnya, jika suatu daerah memiliki keunggulan komparatif dalam produksi buah-buahan tertentu seperti jeruk atau apel, maka jenis usaha agrobisnis yang sesuai untuk daerah tersebut dapat berkaitan dengan produksi, pengolahan, dan pemasaran buah-buahan tersebut. Sebagai contoh, perusahaan bisa mempertimbangkan untuk membuka perkebunan jeruk atau pabrik pengolahan jus jeruk.

Keunggulan komparatif juga dapat berkaitan dengan faktor lain seperti kondisi geografis dan iklim. Misalnya, daerah dengan iklim tropis dapat memiliki keunggulan komparatif dalam produksi komoditas seperti kelapa atau pisang, dan perusahaan bisa mempertimbangkan usaha agrobisnis yang berkaitan dengan produksi dan pengolahan komoditas tersebut.

Dalam menentukan jenis usaha agrobisnis yang sesuai dengan komoditas pilihan, penting untuk mempertimbangkan keunggulan komparatif yang dimiliki oleh daerah atau negara tersebut. Dengan memanfaatkan keunggulan komparatif tersebut, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi produksi dan memperoleh keuntungan yang lebih besar.

- **Keunggulan kompetitif**

Keunggulan kompetitif merujuk pada kemampuan suatu perusahaan atau bisnis dalam memproduksi dan memasarkan produk atau jasa yang lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Dalam konteks perencanaan usaha bidang agrobisnis, keunggulan kompetitif dapat membantu dalam menentukan jenis usaha yang sesuai dengan komoditas pilihan. Misalnya, jika suatu daerah telah dikenal luas sebagai produsen kopi yang berkualitas tinggi, maka perusahaan yang ingin memulai usaha agrobisnis di daerah tersebut harus memiliki keunggulan kompetitif yang membedakannya dari pesaing. Keunggulan kompetitif ini bisa didasarkan pada hal seperti:

1. Kualitas produk yang lebih baik.

Misalnya, dengan memilih benih kopi yang berkualitas lebih tinggi atau dengan menggunakan metode pengolahan yang lebih baik, perusahaan dapat memproduksi kopi yang lebih baik daripada pesaing.

2. Harga yang lebih rendah.

Misalnya, dengan mengoptimalkan proses produksi dan menggunakan teknologi yang lebih efisien, perusahaan dapat menawarkan harga yang lebih rendah daripada pesaing.

3. Inovasi produk.

Misalnya, dengan mengembangkan produk kopi dengan rasa atau aroma yang unik atau dengan menawarkan produk-produk turunan dari kopi seperti kopi instan atau kopi bubuk, perusahaan dapat membedakan dirinya dari pesaing.

4. Pemasaran yang lebih efektif.

Misalnya, dengan menggunakan strategi pemasaran yang lebih inovatif atau dengan memanfaatkan media sosial dan internet, perusahaan dapat mempromosikan produknya dengan lebih efektif daripada pesaing.

Dalam menentukan jenis usaha agrobisnis yang sesuai dengan komoditas pilihan, penting untuk mempertimbangkan keunggulan kompetitif yang dapat dimiliki oleh perusahaan. Dengan memiliki keunggulan kompetitif yang kuat, perusahaan

dapat meningkatkan daya saingnya di pasar dan memperoleh keuntungan yang lebih besar.

▪ **Analisis kelemahan, kekuatan, peluang dan ancaman**

Analisis SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, and threats*) adalah suatu metode yang digunakan untuk mengevaluasi kelemahan, kekuatan, peluang, dan ancaman dalam suatu situasi bisnis. Dalam konteks perencanaan usaha bidang agrobisnis, analisis SWOT dapat membantu dalam menentukan jenis usaha yang sesuai dengan komoditas pilihan.

a) Kekuatan (*Strengths*) adalah faktor internal yang positif yang dimiliki oleh perusahaan. Menurut David & R (2005) *Strengths* merupakan sumberdaya, kemampuan atau *skill*, serta keunggulan perusahaan yang memiliki hubungan dengan kompetitor suatu perusahaan. Dalam konteks agrobisnis, kekuatan bisa berupa:

1. Kualitas produk yang baik dan berkualitas tinggi
2. Teknologi dan proses produksi yang efisien
3. Tenaga kerja yang terampil dan terlatih
4. Ketersediaan sumber daya alam yang memadai
5. Modal yang cukup untuk investasi dan pengembangan bisnis
6. Merek yang kuat dan dikenal di pasar

b) Kelemahan (*Weaknesses*) adalah faktor internal yang negatif yang dimiliki oleh perusahaan. Dalam konteks agrobisnis, kelemahan bisa berupa:

1. Ketergantungan pada satu jenis produk atau komoditas tertentu
2. Keterbatasan dalam hal ketersediaan modal dan sumber daya
3. Kurangnya pengalaman dalam mengelola bisnis agrobisnis
4. Ketergantungan pada satu pasar atau pelanggan tertentu

5. Keterbatasan dalam hal akses ke teknologi dan pasar global
 6. Kualitas produk yang buruk atau tidak sesuai dengan standar pasar
- c) Peluang (*Opportunities*) adalah faktor eksternal yang positif yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan. Dalam konteks agrobisnis, peluang bisa berupa:
1. Adanya permintaan pasar yang terus meningkat untuk produk atau komoditas tertentu
 2. Ketersediaan teknologi yang lebih canggih dan efisien dalam produksi dan pengolahan
 3. Dukungan pemerintah atau program-program pendanaan untuk pengembangan bisnis agrobisnis
 4. Adanya pasar ekspor yang potensial untuk produk atau komoditas tertentu
 5. Perubahan gaya hidup atau preferensi konsumen yang mengarah pada permintaan produk tertentu
 6. Ketersediaan tenaga kerja yang terampil dan terlatih dalam industri agrobisnis
- d) Ancaman (*Threats*) adalah faktor eksternal yang negatif yang dapat mempengaruhi bisnis perusahaan. Menurut David & R (2005) *threats* yaitu suatu kondisi yang tidak baik atau tidak memberi keuntungan bagi perusahaan. Dalam konteks agrobisnis, ancaman bisa berupa:
1. Persaingan yang ketat dari bisnis sejenis
 2. Fluktuasi harga pasar yang tidak stabil
 3. Bencana alam atau perubahan iklim yang dapat mempengaruhi produksi dan pengolahan produk
 4. Peraturan pemerintah atau kebijakan perdagangan internasional yang merugikan bisnis
 5. Penyebaran penyakit atau hama yang dapat merusak tanaman atau ternak
 6. Ketersediaan sumber daya alam yang semakin terbatas atau sulit diakses

7.4 Menyusun perencanaan usaha agrobisnis

▪ Aspek pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu aspek penting dalam perencanaan usaha agrobisnis. Menurut Kotler dan Armstrong (2000) pemasaran adalah proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Berikut adalah beberapa aspek pemasaran yang perlu diperhatikan dalam perencanaan usaha agrobisnis :

1. Segmentasi pasar

Segmentasi pasar merupakan proses membagi pasar menjadi beberapa segmen yang homogen. Dalam agrobisnis, segmen pasar bisa dilihat dari jenis produk yang dihasilkan atau dari konsumen yang dituju. Misalnya, jika usaha agrobisnis menghasilkan sayuran organik, segmen pasar bisa dibagi menjadi konsumen yang peduli dengan kesehatan, lingkungan atau mencari produk berkualitas

2. Penentuan harga

Penentuan harga yang tepat sangat penting dalam usaha agrobisnis. Harga harus dipatok dengan mempertimbangkan biaya produksi, keuntungan yang diinginkan, harga pasar serta kualitas produk. Harga yang terlalu tinggi bisa membuat konsumen enggan membeli, sedangkan harga yang terlalu rendah bisa membuat produk terlihat kurang berkualitas

3. Promosi

Promosi merupakan cara untuk memperkenalkan produk dan menarik minat konsumen. Menurut Gitosudarmo (2014) promosi merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka yang kemudian mereka

menjadi senang kemudian membeli produk tersebut. Promosi bisa dilakukan dengan menggunakan media sosial, iklan di media massa, brosur dan lain-lain. Dalam promosi, penting untuk menonjolkan keunggulan produk dan memberikan informasi yang jelas mengenai produk tersebut

4. Distribusi

Distribusi melibatkan proses memasarkan produk kepada konsumen secara efektif dan efisien. Dalam agrobisnis, distribusi bisa dilakukan melalui pasar tradisional, toko modern, online atau melalui penjualan langsung. Pemilihan saluran distribusi harus dipertimbangkan dengan baik, agar produk bisa tersedia di tempat yang tepat dan tepat waktu.

5. Riset pasar

Riset pasar adalah proses memperoleh informasi yang relevan mengenai pasar dan konsumen. Dalam agrobisnis, riset pasar bisa membantu perusahaan untuk mengetahui preferensi konsumen, tren pasar, harga pasar dan persaingan usaha. Informasi yang didapatkan dari riset pasar bisa membantu perusahaan untuk membuat keputusan bisnis yang tepat.

Semua aspek pemasaran tersebut harus diperhatikan dengan baik dalam perencanaan usaha agrobisnis. Dalam persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan harus mampu mengembangkan strategi pemasaran yang tepat untuk memenangkan persaingan dan mencapai tujuan bisnis yang diinginkan.

▪ Aspek organisasi dan manajemen

Aspek organisasi dan manajemen sangat penting dalam perencanaan usaha agrobisnis. Berikut adalah beberapa aspek yang perlu diperhatikan dalam organisasi dan manajemen usaha agrobisnis :

1. Struktur organisasi

Struktur organisasi mencakup pembagian tugas dan tanggung jawab dalam perusahaan. Dalam agrobisnis, struktur organisasi bisa berbeda-beda tergantung pada jenis produk dan skala produksi. Penting untuk menentukan struktur organisasi yang tepat agar setiap anggota tim memiliki tugas yang jelas dan efektif

2. Pengelolaan sumber daya

Manajemen sumberdaya meliputi pengelolaan sumberdaya manusia, sumberdaya alam dan sumberdaya finansial. Dalam usaha agrobisnis, penting untuk memiliki staf yang terampil dan terlatih, serta mengelola sumberdaya alam dengan cara yang berkelanjutan. Selain itu, manajemen keuangan yang baik juga penting untuk memastikan kelangsungan usaha dan pengembangan bisnis yang lebih besar

3. Perencanaan produksi

Rencana produksi harus disusun dengan baik untuk memastikan produksi yang efisien dan berkualitas. Rencana produksi mencakup perencanaan jenis produk, teknik budidaya, penggunaan pupuk dan pestisida, waktu panen dan lain-lain. Dalam perencanaan produksi, penting untuk mempertimbangkan faktor-faktor seperti musim, cuaca dan kondisi lingkungan

4. Manajemen risiko

Usaha agrobisnis sangat dipengaruhi oleh risiko seperti cuaca buruk, hama dan penyakit tanaman. Oleh karena itu, manajemen risiko harus dilakukan dengan baik untuk meminimalkan dampak risiko tersebut. Manajemen risiko bisa dilakukan dengan cara melakukan asuransi, diversifikasi produk atau penggunaan teknologi pertanian yang lebih canggih

5. Inovasi

Inovasi adalah kunci untuk berkembang dalam bisnis agrobisnis. Dalam usaha agrobisnis, penting untuk mengikuti perkembangan teknologi terbaru dan terus mencari cara-cara baru untuk meningkatkan kualitas

produk dan efisiensi produksi. Hal ini bisa dilakukan melalui kerja sama dengan institusi penelitian atau perusahaan teknologi pertanian

Semua aspek organisasi dan manajemen tersebut harus diperhatikan dengan baik dalam perencanaan usaha agrobisnis. Dengan mengelola sumberdaya yang efektif dan efisien serta menggunakan strategi manajemen risiko dan inovasi yang tepat, perusahaan bisa memastikan kelangsungan usaha dan mengembangkan bisnis yang lebih besar.

▪ **Aspek teknis dan produksi**

Aspek teknis dan produksi sangat penting dalam perencanaan usaha agrobisnis. Berikut adalah beberapa aspek yang perlu diperhatikan dalam aspek teknis dan produksi :

1. Pemilihan bibit atau benih

Pemilihan bibit atau benih yang berkualitas akan mempengaruhi produksi. Bibit atau benih harus dipilih dengan cermat dan memperhatikan kualitas, adaptasi dan potensi hasil panen

2. Pemilihan lahan

Pemilihan lahan yang sesuai dengan jenis tanaman yang akan ditanam juga sangat penting. Lahan harus memiliki kualitas tanah yang baik, memiliki akses air yang cukup serta mempertimbangkan faktor topografi dan iklim

3. Teknik budidaya

Teknik budidaya yang tepat akan mempengaruhi hasil panen. Teknik budidaya yang baik mencakup penggunaan pupuk, pestisida, irigasi dan teknik pemeliharaan tanaman yang tepat. Dalam usaha agrobisnis, penting untuk memperhatikan keberlanjutan produksi sehingga teknik budidaya yang digunakan tidak merusak lingkungan. Pada produk perikanan, teknik budidaya yang baik mencakup teknik pemeliharaan ikan yang tepat.

4. Pengolahan hasil panen

Pengolahan hasil panen juga penting dalam perencanaan usaha agrobisnis. Hasil panen harus diolah dengan cara yang baik dan sesuai dengan jenis produk. Misalnya, buah-buahan yang dikemas dalam kemasan harus diolah sedemikian rupa agar produk tetap segar dan awet

5. Pemasaran produk

Pemasaran produk juga merupakan aspek penting dalam perencanaan usaha agrobisnis. Produk harus dipasarkan dengan cara yang baik dan sesuai dengan target pasar yang dituju. Penting untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat, seperti menggunakan media sosial atau bekerja sama dengan distributor.

Semua aspek teknis dan produksi tersebut harus diperhatikan dengan baik dalam perencanaan usaha agrobisnis. Dengan memperhatikan semua aspek tersebut, perusahaan bisa memastikan hasil produksi yang berkualitas dan memenuhi permintaan pasar.

▪ Aspek keuangan

Aspek keuangan adalah salah satu hal penting dalam perencanaan usaha agrobisnis. Berikut adalah beberapa aspek keuangan yang perlu diperhatikan dalam perencanaan usaha agrobisnis :

1. Perencanaan anggaran

Perencanaan anggaran merupakan hal yang sangat penting dalam perencanaan usaha agrobisnis. Dalam perencanaan anggaran, perusahaan harus memperhitungkan biaya produksi, biaya operasional, biaya pemasaran serta kebutuhan modal untuk investasi dan ekspansi usaha

2. Pengelolaan keuangan

Pengelolaan keuangan yang baik akan membantu perusahaan dalam menjalankan operasional usaha dengan lancar. Hal ini termasuk dalam mengelola arus kas perusahaan, pengelolaan utang dan piutang serta pengelolaan keuangan dalam melakukan investasi

3. Sumber dana

Sumber dana merupakan hal penting dalam perencanaan keuangan. Perusahaan harus mempertimbangkan sumber dana yang tersedia seperti modal sendiri, pinjaman bank atau investasi dari pihak ketiga

4. Analisis kelayakan usaha

Analisis kelayakan usaha akan membantu perusahaan dalam mengetahui apakah usaha agrobisnis yang akan dijalankan layak untuk dilakukan. Analisis kelayakan usaha ini meliputi analisis SWOT, analisis pasar, analisis finansial dan analisis risiko

5. Laporan keuangan

Laporan keuangan adalah alat penting dalam pengukuran kinerja keuangan perusahaan. Dalam laporan keuangan perusahaan dapat melihat laba/rugi, arus kas, neraca dan rasio keuangan. Dengan adanya laporan keuangan, perusahaan dapat memantau kondisi keuangan perusahaan dapat mengambil keputusan yang tepat.

Dalam perencanaan usaha agrobisnis, aspek keuangan menjadi salah satu faktor penting yang harus diperhatikan dengan baik. Dengan memperhatikan aspek keuangan dengan baik, perusahaan dapat memastikan kelangsungan usaha dan memperoleh keuntungan yang optimal.

▪ **Aspek sosial dan lingkungan**

Perencanaan usaha harus mempertimbangkan aspek sosial dan lingkungan untuk menjaga keberlanjutan usaha. Beberapa hal yang perlu dipertimbangkan dalam perencanaan usaha agrobisnis dari sudut pandang sosial dan lingkungan adalah sebagai berikut :

1. Kebutuhan masyarakat lokal

Perusahaan agrobisnis harus mempertimbangkan kebutuhan masyarakat lokal dalam perencanaan usaha mereka. Perusahaan harus memastikan bahwa produk yang dihasilkan memenuhi kebutuhan masyarakat setempat dan tidak merusak lingkungan

2. Penilaian dampak lingkungan
Perusahaan agrobisnis harus melakukan penilaian dampak lingkungan sebelum memulai kegiatan usahanya. Penilaian ini harus mencakup analisis dampak terhadap air, udara dan tanah serta dampak pada keanekaragaman hayati
3. Praktik pertanian/perikanan berkelanjutan
Perusahaan agrobisnis harus menerapkan praktik pertanian/perikanan berkelanjutan untuk menjaga kesehatan tanah/kesehatan ikan, mengurangi penggunaan pestisida atau bom-bom ikan dan meminimalkan limbah dan polusi
4. Kemitraan dengan petani/nelayan lokal
Perusahaan agrobisnis harus bermitra dengan petani lokal/nelayan lokal dan membantu meningkatkan kualitas hidup mereka dengan memberikan pelatihan atau dukungan teknis
5. Pemberdayaan masyarakat lokal
Perusahaan agrobisnis harus memperkuat pemberdayaan masyarakat lokal dengan memberikan pekerjaan, pelatihan dan akses ke sumberdaya
6. Pengelolaan limbah
Perusahaan agrobisnis harus memiliki program pengelolaan limbah yang baik untuk mengurangi dampak negatif pada lingkungan
7. Pemulihan lahan
Perusahaan agrobisnis harus memulihkan lahan yang rusak akibat kegiatan usahanya dan melakukan reboisasi untuk memperbaiki kualitas tanah dan udara. Pada perikanan, dilakukan konservasi untuk memperbaiki sumberdaya perikanan yang telah rusak.

Dalam kesimpulan, aspek sosial dan lingkungan sangat penting dalam perencanaan usaha agrobisnis untuk memastikan keberlanjutan usaha dan kesejahteraan masyarakat lokal serta kelestarian lingkungan. Perusahaan harus mempertimbangkan kebutuhan masyarakat setempat, menerapkan praktik

pertanian/perikanan berkelanjutan, bermitra dengan petani/nelayan lokal, mengelola limbah dan memulihkan lahan.

DAFTAR PUSTAKA

- David, Fred R. (2005). Manajemen Strategi. Jakart: Salemba Empat
- Indriyo, Gitosudarmo. (2014). Manajemen Pemasaran Yogyakarta: BPFYogyakarta
- Kasmir & Jakfar. (2012). Studi Kelayakan Bisnis. Cetakan ke Delapan. Jakarta: Kencana
- Kotler, Amstrong. (2000). Prinsip-prinsip Pemasaran, edisi kedua belas, Jilid 1. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Miller,L.R. & Meiners. (2000). Teori Ekonomi Intermediate. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- R.Terry, George. (2010). Dasar-Dasar Manajemen. Jakarta: Bumi Aksara
- Winardi. (1989). Strategi Pemasaran. Bandung : Mandarmaju.

BAB 8

MANAJEMEN PRODUKSI DAN PEMASARAN AGROBISNIS

8.1 Pendahuluan

Manajemen, yang berasal dari kata "*to manage*" yang berarti mengatur, melibatkan proses pengaturan dan pengorganisasian fungsi-fungsi manajemen dalam urutan yang tepat (Malayu, 2016). Peran manajemen sangatlah penting dalam menjaga kelangsungan hidup sebuah usaha, baik itu usaha kecil, menengah, maupun besar. Jika suatu perusahaan tidak menerapkan manajemen dengan baik, maka akan mengalami kesulitan dalam mencapai tujuannya. Dalam hal ini, manajemen dianggap sebagai sebuah seni dalam memecahkan masalah melalui kerja sama dengan orang lain.

Manajemen produksi dan pemasaran agribisnis mengacu pada proses pengelolaan kegiatan produksi dan pemasaran produk pertanian dalam lingkungan bisnis. Manajemen produksi dan pemasaran agribisnis melibatkan penerapan prinsip dan teknik bisnis pada industri pertanian, dengan tujuan meningkatkan efisiensi, profitabilitas, dan keberlanjutan operasi pertanian.

Manajemen produksi agribisnis melibatkan pengelolaan seluruh proses produksi pertanian, mulai dari memilih jenis

tanaman atau ternak yang tepat, budidaya atau pemeliharaan, hingga panen dan pasca panen. Proses ini meliputi pengelolaan kesehatan tanah, irigasi, pengendalian hama dan penyakit, dan aspek lain dari pengelolaan tanaman atau ternak. Manajemen produksi juga melibatkan pengelolaan logistik untuk mendapatkan produk dari pertanian ke pasar, termasuk transportasi dan penyimpanan.

Manajemen pemasaran, di sisi lain, melibatkan proses mengidentifikasi dan memenuhi permintaan pelanggan untuk produk pertanian. Hal ini termasuk juga memahami tren pasar dan preferensi konsumen, mengembangkan strategi pemasaran, dan mempromosikan produk ke target pelanggan. Manajemen pemasaran juga melibatkan pengelolaan rantai pasokan untuk memastikan bahwa produk dikirimkan ke pelanggan secara efisien dan pada waktu yang tepat.

Untuk mengelola produksi dan pemasaran agribisnis secara efektif, manajer perlu memiliki pemahaman mendalam tentang industri pertanian, termasuk aspek teknis, sosial, dan ekonominya. Mereka juga perlu memiliki keterampilan manajemen bisnis yang kuat, seperti manajemen keuangan, pemasaran, dan manajemen rantai pasokan. Selain itu, mereka harus memiliki pemahaman yang baik tentang peraturan dan kebijakan pemerintah yang mempengaruhi industri pertanian.

8.2 Manajemen Produksi Agrobisnis

Menurut (Assauri, 2008), manajemen produksi adalah tindakan mengelola dan mengkoordinasikan penggunaan sumber daya manusia, alat, dana, dan bahan secara efisien dan efektif untuk menciptakan barang atau jasa yang bermanfaat. Sementara itu, menurut (Prawirosentono, 2001) manajemen produksi merupakan kegiatan yang berkaitan dengan pembuatan barang dan jasa melalui transformasi input atau

faktor produksi menjadi output atau hasil produksi. Kegiatan ini melibatkan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengkoordinasian, dan pengawasan untuk mencapai tujuan secara efisien dan efektif.

Bab ini mencakup berbagai aspek pengelolaan produksi pertanian, termasuk pemilihan tanaman, pengelolaan tanah, irigasi, pengendalian hama dan penyakit, dan pengelolaan peralatan pertanian. Bagian ini juga menguraikan peran teknologi dalam pertanian modern dan bagaimana itu dapat digunakan untuk mengoptimalkan produksi dan mengurangi biaya.

Konsep manajemen produksi dalam agribisnis berkisar pada pengelolaan sumber daya yang efisien dan efektif seperti tanah, air, tenaga kerja, modal, dan teknologi untuk memaksimalkan output dan meminimalkan biaya. Berbagai teknik seperti perencanaan dan kontrol produksi, kontrol kualitas, manajemen inventaris, manajemen rantai pasokan digunakan untuk memastikan kelancaran dan efisiensi fungsi perusahaan pertanian.

Manajemen produksi yang efektif dalam agribisnis dapat membantu memastikan bahwa sektor pertanian berkelanjutan, efisien, dan menguntungkan. Hal tersebut juga dapat membantu memastikan ketahanan pangan, meningkatkan mata pencaharian, dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi. Dengan menerapkan prinsip manajemen produksi, usaha pertanian dapat meningkatkan efisiensi, mengurangi limbah, dan meningkatkan kualitas produknya, sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen sekaligus meningkatkan profitabilitas.

Manajemen produksi dalam agribisnis mengacu pada perencanaan sistematis, pengorganisasian, koordinasi,

pengarahan, dan pengendalian kegiatan yang terlibat dalam produksi barang dan jasa pertanian. Hal ini melibatkan penerapan prinsip dan teknik manajemen untuk meningkatkan produktivitas, kualitas, efisiensi, dan profitabilitas di sektor pertanian.

Manajemen produksi pertanian adalah proses perencanaan, pengorganisasian, dan pelaksanaan kegiatan produksi yang terlibat dalam penanaman dan pemanenan produk pertanian. Hal ini merupakan komponen penting dari produksi agribisnis dan manajemen pemasaran, karena akan menentukan produktivitas dan profitabilitas pertanian. Tujuan manajemen produksi pertanian adalah untuk mengoptimalkan hasil panen, mengurangi biaya produksi, dan mempromosikan kelestarian lingkungan.

Pengelolaan produksi pertanian melibatkan berbagai kegiatan, termasuk pengelolaan tanah, pemilihan tanaman, pengelolaan hama, irigasi, dan pengelolaan panen dan pascapanen. Setiap kegiatan ini membutuhkan pengetahuan, keterampilan, dan sumber daya khusus untuk mengembangkan dan menerapkan strategi produksi yang efektif.

Pengelolaan tanah adalah dasar dari pengelolaan produksi pertanian yang berhasil. Tanah yang sehat sangat penting untuk pertumbuhan dan produktivitas tanaman. Pengelolaan tanah yang tepat melibatkan pemeliharaan atau peningkatan kesuburan tanah, struktur, dan kadar air, yang sangat penting untuk pertumbuhan tanaman yang sehat. Praktik pengelolaan tanah dapat meningkatkan hasil panen, mengurangi biaya produksi, dan melindungi kesehatan tanah untuk generasi mendatang.

Pemilihan tanaman adalah keputusan penting lainnya dalam manajemen produksi pertanian. Memilih tanaman yang

tepat melibatkan pertimbangan faktor-faktor seperti jenis tanah, iklim, permintaan pasar, dan biaya produksi. Penting untuk memilih tanaman yang cocok dengan lingkungan setempat dan memiliki permintaan yang tinggi di pasar. Pemilihan tanaman juga melibatkan pemilihan varietas tanaman yang tahan terhadap hama dan penyakit serta memiliki sifat-sifat yang diinginkan seperti potensi hasil yang tinggi, rasa yang enak, dan penampilan.

Pengendalian hama adalah proses pengendalian hama yang dapat merusak tanaman dan menurunkan hasil panen. Pengelolaan hama yang efektif melibatkan identifikasi ancaman hama, memilih tindakan pengendalian yang tepat, dan menerapkan strategi pengelolaan hama terpadu (PHT). PHT adalah pendekatan holistik untuk pengelolaan hama yang menggabungkan metode pengendalian biologis, budaya, dan kimia untuk meminimalkan penggunaan bahan kimia berbahaya dan mempromosikan pengendalian hama secara alami.

Irigasi adalah proses penyediaan air untuk tanaman ketika curah hujan alami tidak mencukupi. Irigasi yang efektif melibatkan pemilihan sistem irigasi yang tepat untuk pertanian, memantau tingkat kelembapan tanah, dan menerapkan air dengan cara yang memaksimalkan efisiensi penggunaan air. Sistem irigasi dapat mencakup penyiram di atas kepala, irigasi tetes, atau irigasi banjir, tergantung pada kebutuhan dan sumber daya pertanian.

Manajemen panen dan pascapanen melibatkan proses memanen tanaman, mengangkutnya ke pasar, dan menyimpannya untuk dijual atau diproses. Manajemen panen dan pascapanen yang efektif melibatkan pemilihan teknik panen yang tepat untuk memaksimalkan hasil dan meminimalkan kerusakan tanaman. Manajemen pascapanen juga melibatkan

pengelolaan kondisi penyimpanan untuk mencegah pembusukan, menjaga kualitas, dan memaksimalkan umur simpan.

Manajemen produksi pertanian yang efektif membutuhkan kombinasi pengetahuan, keterampilan, dan sumber daya. Petani harus memiliki pengetahuan tentang praktik produksi terbaru, memiliki akses ke benih berkualitas, pupuk, dan input lainnya, serta dilengkapi dengan alat dan perlengkapan yang diperlukan untuk menerapkan praktik ini secara efektif. Mereka juga harus memiliki akses ke pasar dan saluran distribusi yang memungkinkan mereka menjual produk dan menghasilkan pendapatan.

Dalam melakukan manajemen produksi agribisnis, terdapat beberapa aspek yang perlu diperhatikan, di antaranya adalah:

- Perencanaan produksi: mencakup perencanaan kebutuhan sumber daya, rencana tanam, rencana pemeliharaan, rencana panen, rencana pemasaran produk, dan lain sebagainya.
- Pengorganisasian produksi: mencakup pengorganisasian tenaga kerja, sumber daya, teknologi, dan sistem manajemen produksi agar dapat berjalan secara efektif dan efisien.
- Pelaksanaan produksi: mencakup pelaksanaan kegiatan produksi sesuai dengan rencana, termasuk pemilihan bibit atau benih, persiapan lahan, penanaman, pemeliharaan tanaman atau hewan ternak, pengendalian hama dan penyakit, panen, pengolahan, pengemasan, distribusi, dan pemasaran produk.
- Pengawasan produksi: mencakup pengawasan terhadap semua aktivitas produksi dan evaluasi terhadap hasil produksi untuk mengetahui apakah terdapat kekurangan atau kelebihan dan perlu dilakukan perbaikan.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa manajemen produksi agribisnis melibatkan serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk memastikan bahwa produk pertanian diproduksi secara berkelanjutan, efisien, dan menguntungkan.

8.3 Manajemen Pemasaran Agrobisnis

Pemasaran adalah sebuah proses sosial dan manajerial dimana individu-individu dan kelompok-kelompok dapat memperoleh produk dan jasa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan dan mempertukarkan nilai antara satu sama lain. Selain itu, peran pemasaran tidak hanya sebatas dalam menyampaikan produk atau jasa kepada konsumen, tetapi juga dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan secara berkelanjutan sehingga perusahaan dapat memperoleh keuntungan dengan terjadinya pembelian yang berulang. Dalam hal ini, pemasaran harus dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan secara efektif dan efisien, serta mampu menciptakan nilai tambah bagi pelanggan dan perusahaan. Oleh karena itu, pemasaran merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam keberhasilan suatu bisnis.

konsep pemasaran menurut (Stanton, 2003) adalah sebuah filsafat bisnis yang berfokus pada kepuasan dan keinginan konsumen sebagai dasar kebenaran dari ekonomi kehidupan suatu perusahaan. Dalam hal ini, kepuasan dan keinginan konsumen menjadi prioritas utama yang harus dipenuhi oleh perusahaan dalam menciptakan dan mempertahankan pelanggan, sehingga perusahaan dapat memperoleh keuntungan secara berkelanjutan. Konsep pemasaran ini juga menekankan pentingnya pengembangan produk atau jasa yang berkualitas dan relevan dengan kebutuhan serta keinginan konsumen, serta penggunaan strategi pemasaran yang tepat untuk mencapai

target pasar. Dengan mengadopsi konsep pemasaran yang baik, perusahaan dapat membangun citra positif di mata konsumen dan memperkuat posisi mereka di pasar yang semakin kompetitif.

Menurut (Stanton, 2003), manajemen pemasaran merupakan kegiatan yang harus dikoordinasi dan dikelola dengan sebaik-baiknya. Peran seorang manajer pemasaran juga sangat penting dalam perencanaan sebuah perusahaan. Sedangkan menurut (Enis, 1974), manajemen pemasaran adalah proses untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh individu atau oleh sebuah perusahaan. Konsep ini menekankan pentingnya pengelolaan kegiatan pemasaran secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan organisasi dan memperoleh keuntungan yang menguntungkan dengan pembeli sasaran.

Di sisi lain, menurut (Kotler and Armstrong, 2017) manajemen pemasaran (*marketing management*) adalah serangkaian kegiatan yang meliputi analisis, perencanaan, implementasi, dan pengawasan segala kegiatan pemasaran guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan sebuah organisasi. Dalam hal ini, manajemen pemasaran harus dapat mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan pasar, serta mengembangkan strategi pemasaran yang tepat untuk mencapai tujuan perusahaan. Manajemen pemasaran juga harus dapat memantau dan mengevaluasi hasil dari kegiatan pemasaran yang dilakukan untuk memperbaiki kinerja pemasaran di masa depan.

Manajemen pemasaran agrobisnis adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh produsen, pengusaha, atau perusahaan agrobisnis untuk mengelola dan memasarkan

produk-produk agrikultural. Tujuan utama dari manajemen pemasaran agrobisnis adalah untuk memastikan keberhasilan bisnis dan memperoleh laba dengan mengoptimalkan pengelolaan rantai pasokan produk pertanian, memperkuat citra merek, serta meningkatkan penjualan.

Dengan memahami manajemen pemasaran, pengusaha agrobisnis dapat mengoptimalkan keuntungan mereka dengan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif dan tepat sasaran. Dalam mengembangkan strategi pemasaran, pengusaha agrobisnis akan mempertimbangkan berbagai faktor, seperti kebutuhan konsumen, harga, dan persaingan, sehingga mereka dapat menetapkan harga produk yang sesuai, mengoptimalkan keuntungan, dan meningkatkan pangsa pasar mereka.

Peningkatan daya saing dapat diperoleh melalui manajemen pemasaran dengan membantu pengusaha agrobisnis meningkatkan daya saing mereka di pasar. Dengan memahami persaingan di pasar dan kebutuhan konsumen, pengusaha agrobisnis dapat mengembangkan produk dan strategi pemasaran yang lebih menarik bagi konsumen dan membedakan produk mereka dari produk pesaing, sehingga memperkuat daya saing mereka.

Hal yang tidak kalah penting dari manajemen pemasaran adalah kemampuannya dalam mengurangi risiko. Pemahaman terhadap manajemen pemasaran, pengusaha agrobisnis dapat mengurangi risiko kegagalan bisnis. Dalam manajemen pemasaran, pengusaha agrobisnis akan mempertimbangkan berbagai faktor seperti permintaan pasar, persaingan, dan tren pasar, sehingga mereka dapat mengembangkan strategi pemasaran yang tepat sasaran dan mengurangi risiko kegagalan bisnis.

Berikut adalah langkah-langkah umum dalam manajemen pemasaran agrobisnis:

1. Analisis Pasar: Dalam langkah ini, perusahaan melakukan analisis pasar untuk memahami permintaan pasar, tren, perilaku konsumen, serta pesaing di pasar. Analisis ini membantu dalam mengembangkan strategi pemasaran yang efektif. Tahapan dalam analisis pasar meliputi pengumpulan data, segmentasi pasar, analisis persaingan, identifikasi peluang, analisis SWOT, dan penetapan target pasar.
2. Segmentasi Pasar: Setelah data dikumpulkan, langkah selanjutnya adalah membagi pasar menjadi segmen yang lebih kecil, yaitu segmen pasar yang mempunyai karakteristik dan kebutuhan yang serupa. Segmentasi ini membantu perusahaan dalam memahami kebutuhan dan preferensi konsumen yang berbeda dan memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan produk yang lebih sesuai dengan segmen tertentu
3. Analisis persaingan: Persaingan adalah hal yang harus diperhatikan dalam analisis pasar. Perusahaan harus memahami kekuatan dan kelemahan pesaing, produk-produk yang mereka tawarkan, serta cara mereka memasarkan produk mereka. Dalam analisis persaingan, perusahaan dapat mengidentifikasi peluang dan ancaman dalam pasar.
4. Identifikasi peluang: Dalam tahap ini, perusahaan harus mengidentifikasi peluang bisnis yang muncul di pasar. Hal ini meliputi memahami tren pasar, kebutuhan konsumen, dan perubahan dalam kebijakan pemerintah yang mempengaruhi bisnis. Dengan memahami peluang ini, perusahaan dapat mengembangkan strategi pemasaran yang tepat sasaran dan mengoptimalkan peluang bisnis.
5. Analisis SWOT: Analisis SWOT adalah suatu metode untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam bisnis. Dalam analisis SWOT, perusahaan mempertimbangkan faktor internal dan eksternal yang

mempengaruhi bisnis. Analisis ini membantu perusahaan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang sesuai dengan kondisi bisnis.

6. Penetapan target pasar: Setelah memahami karakteristik dan kebutuhan konsumen dalam segmen pasar tertentu, perusahaan harus menentukan target pasar yang paling menjanjikan. Penetapan target pasar ini melibatkan pemilihan segmen pasar tertentu yang akan menjadi fokus perusahaan dalam upaya pemasaran produk.

8.4 Manajemen Finansial Agrobisnis

Sub bab ini membicarakan tentang aspek keuangan dari produksi dan pemasaran yang mencakup topik seperti: penganggaran, akuntansi, pembiayaan, manajemen risiko, dan strategi investasi. Juga dapat didiskusikan berbagai sumber pendanaan yang tersedia untuk agrobisnis dan bagaimana mengamankannya.

Manajemen keuangan merupakan komponen penting dari manajemen agrobisnis. Manajemen keuangan yang efektif memungkinkan agrobisnis membuat keputusan berdasarkan informasi tentang alokasi sumber daya, investasi, dan manajemen risiko. Hal ini melibatkan perencanaan, pemantauan, dan pengendalian sumber daya keuangan, termasuk pendapatan, pengeluaran, aset, kewajiban, dan arus kas. Manajemen keuangan juga sangat penting dalam manajemen produksi dan pemasaran karena aktivitas produksi dan pemasaran membutuhkan pengelolaan keuangan yang baik dan efektif.

Manajemen keuangan untuk agrobisnis adalah unik dalam beberapa hal. Pertanian adalah industri yang sangat fluktuatif, dengan variasi yang signifikan dalam hasil panen, pola cuaca, dan harga pasar. Hal ini menciptakan tingkat risiko keuangan yang tinggi yang harus dikelola secara efektif. Agrobisnis juga harus menavigasi peraturan dan kebijakan yang

kompleks terkait dengan penggunaan lahan, pengelolaan air, dan kelestarian lingkungan.

Manajemen keuangan yang efektif untuk agrobisnis membutuhkan berbagai pengetahuan dan keterampilan, termasuk analisis keuangan, akuntansi, manajemen risiko, dan perencanaan strategis. Manajer agrobisnis harus mampu menganalisis data keuangan, menilai risiko, dan membuat keputusan berdasarkan informasi tentang alokasi sumber daya dan investasi. Mereka juga harus dapat berkomunikasi secara efektif dengan pemangku kepentingan seperti investor, pemberi pinjaman, dan lembaga pemerintah.

Manajemen keuangan untuk agrobisnis melibatkan beberapa kegiatan utama. Hal ini termasuk perencanaan keuangan, penganggaran, manajemen arus kas, manajemen risiko, dan evaluasi kinerja. Perencanaan keuangan melibatkan penetapan tujuan dan sasaran untuk bisnis, mengembangkan rencana keuangan yang sejalan dengan tujuan ini, dan memantau kemajuan menuju tujuan ini dari waktu ke waktu. Penganggaran melibatkan penetapan target untuk pendapatan, pengeluaran, dan arus kas, dan mengalokasikan sumber daya yang sesuai.

Manajemen arus kas melibatkan pengelolaan arus kas masuk dan keluar, memastikan bahwa bisnis memiliki likuiditas yang cukup untuk memenuhi kewajiban keuangannya. Manajemen risiko melibatkan identifikasi dan mitigasi risiko keuangan seperti gagal panen, peristiwa cuaca, dan perubahan harga pasar. Evaluasi kinerja melibatkan pemantauan kinerja keuangan dari waktu ke waktu, menganalisis tren, dan mengidentifikasi area untuk perbaikan.

Manajemen keuangan yang efektif untuk agrobisnis membutuhkan serangkaian alat dan teknik keuangan. Ini dapat mencakup alat analisis keuangan seperti analisis rasio, analisis arus kas, dan analisis varians anggaran. Mereka juga dapat menyertakan perangkat lunak manajemen keuangan, alat pemodelan keuangan, dan alat manajemen risiko.

Singkatnya, manajemen keuangan merupakan komponen penting dari manajemen agrobisnis. Manajemen keuangan juga sangat penting dalam manajemen produksi dan pemasaran karena adanya keterkaitan yang erat antara aspek keuangan dengan dua fungsi manajemen tersebut. Manajemen keuangan yang efektif memungkinkan agrobisnis membuat keputusan berdasarkan informasi tentang alokasi sumber daya, investasi, dan manajemen risiko. Manajemen keuangan untuk agrobisnis membutuhkan berbagai pengetahuan dan keterampilan, termasuk analisis keuangan, akuntansi, manajemen risiko, dan perencanaan strategis. Dengan menerapkan praktik pengelolaan keuangan yang efektif, agrobisnis dapat meningkatkan kinerja keuangannya, mengurangi risiko, dan berkontribusi pada sistem pangan yang berkelanjutan dan tangguh.

8.5 Keberlanjutan Dan Etika Dalam Agrobisnis

Keberlanjutan dan etika dalam agrobisnis sangat penting dalam manajemen produksi dan pemasaran agrobisnis karena berkaitan dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan dari perusahaan. Dengan memperhatikan hubungan keberlanjutan dan etika dalam agrobisnis, manajemen produksi dan pemasaran agrobisnis dapat memastikan bahwa mereka melakukan bisnis dengan cara yang bertanggung jawab terhadap sosial dan lingkungan, dan membantu menciptakan nilai tambah jangka panjang bagi perusahaan dan masyarakat secara keseluruhan.

Dalam beberapa tahun terakhir, pentingnya praktik pertanian berkelanjutan dan pertimbangan etis dalam manajemen produksi dan pemasaran agrobisnis terus menjadi perhatian. Praktek pertanian berkelanjutan adalah mereka yang mempromosikan keberlanjutan lingkungan, sosial, dan ekonomi. Mereka melibatkan praktek-praktek yang mengurangi penggunaan bahan kimia berbahaya, meminimalkan erosi tanah

dan penggunaan air, dan mempromosikan keanekaragaman hayati. Pertimbangan etis melibatkan praktik yang memprioritaskan kesehatan dan kesejahteraan pekerja pertanian dan masyarakat, serta kesejahteraan hewan dan praktik perdagangan yang adil.

Menurut (Gliessman and Rosemeyer, 2011) dalam rangka menciptakan sistem pertanian yang berkelanjutan, manajemen produksi harus memperhatikan praktik-praktik pertanian berkelanjutan, sedangkan dalam memasarkan produk, manajemen pemasaran harus memperhatikan pemasaran produk pertanian berkelanjutan dan membangun hubungan yang baik dengan konsumen. Keterkaitan antara manajemen produksi dan pemasaran dengan konsep-konsep pertanian berkelanjutan juga memastikan bahwa manajemen produksi dan pemasaran dalam agrobisnis dilakukan dengan etika yang tinggi dan memperhatikan keberlanjutan lingkungan dan sosial.

Keberlanjutan dan etika menjadi semakin penting dalam industri agrobisnis karena konsumen menuntut lebih banyak transparansi dan akuntabilitas dalam produksi pangan mereka. Agrobisnis berada di bawah tekanan yang meningkat untuk mengadopsi praktik yang berkelanjutan dan etis untuk melindungi lingkungan, mempromosikan tanggung jawab sosial, dan memastikan kelangsungan operasi mereka dalam jangka panjang. Bab ini akan memberikan ikhtisar tentang aspek kunci keberlanjutan dan etika dalam agrobisnis, termasuk praktik pertanian berkelanjutan, tanggung jawab sosial, dan pertimbangan etis dalam produksi pangan.

Praktik pertanian berkelanjutan adalah praktik yang meminimalkan dampak lingkungan dari produksi pertanian sambil mempertahankan atau meningkatkan kualitas tanah, air, dan udara. Praktik-praktik ini dapat mencakup pengolahan

tanah konservasi, penanaman penutup, rotasi tanaman, dan penggunaan teknik pengelolaan hama terpadu. Praktik pertanian berkelanjutan juga melibatkan pengurangan penggunaan bahan kimia berbahaya dan mempromosikan penggunaan alternatif alami dan organik. Agrobisnis yang mengadopsi praktik pertanian berkelanjutan dapat mengurangi jejak lingkungan mereka, meningkatkan reputasi mereka, dan berpotensi mengurangi biaya mereka.

Tanggung jawab sosial dalam agrobisnis melibatkan pertimbangan dampak bisnis terhadap komunitas lokal, karyawan, dan pemangku kepentingan lainnya. Ini dapat mencakup investasi dalam infrastruktur lokal, mendukung prakarsa masyarakat, dan memastikan upah yang adil dan kondisi kerja bagi karyawan. Tanggung jawab sosial juga melibatkan promosi keragaman, kesetaraan, dan inklusi di tempat kerja dan memastikan bahwa bisnis beroperasi dengan cara yang etis dan transparan. Agrobisnis yang mengutamakan tanggung jawab sosial dapat meningkatkan reputasinya, menarik dan mempertahankan karyawan, serta memperkuat hubungan dengan komunitas lokal.

Pertimbangan etis dalam produksi pangan melibatkan memastikan bahwa produksi dan pengolahan produk pertanian dilakukan dengan cara yang etis dan manusiawi. Ini dapat mencakup memastikan perlakuan yang manusiawi terhadap hewan, mempromosikan praktik kerja yang adil, dan menghindari penggunaan bahan kimia berbahaya dan organisme hasil rekayasa genetika. Pertimbangan etis juga melibatkan jaminan keamanan dan kualitas makanan yang diproduksi, termasuk meminimalkan risiko penyakit bawaan makanan dan mempromosikan transparansi dalam pelabelan dan pemasaran.

Keberlanjutan dan etika adalah komponen penting dari manajemen produksi dan pemasaran agribisnis. Agribisnis yang mengutamakan keberlanjutan dan etika dapat meningkatkan reputasi mereka, memenuhi permintaan konsumen yang terus berkembang, dan memastikan kelangsungan operasi mereka dalam jangka panjang. Dengan mengadopsi praktik pertanian berkelanjutan, mempromosikan tanggung jawab sosial, dan mempertimbangkan pertimbangan etis dalam produksi pangan, agribisnis dapat memposisikan diri sebagai pemimpin dalam industri dan berkontribusi pada sistem pangan yang lebih berkelanjutan dan etis.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2008) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Enis, B.M. (1974) *Marketing Principles: the Management Process*. Goodyear Publishing Company. Available at: <https://books.google.co.id/books?id=fREUAQAAMAAJ>.
- Gliessman, S.R. and Rosemeyer, M. (2011) *The conversion to sustainable agriculture: Principles, processes, and practices*. CRC Press.
- Kotler, P. and Armstrong, G. (2017) *Principles of Marketing 17th edition*. Pearson.
- Malayu, H. (2016) *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Prawirosentono, S. (2001) *Manajemen Operasi, Analisis dan Studi Kasus*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Stanton, W. (2003) *Prinsip Pemasaran*. Ed 7. Jakarta: Erlangga.

BAB 9

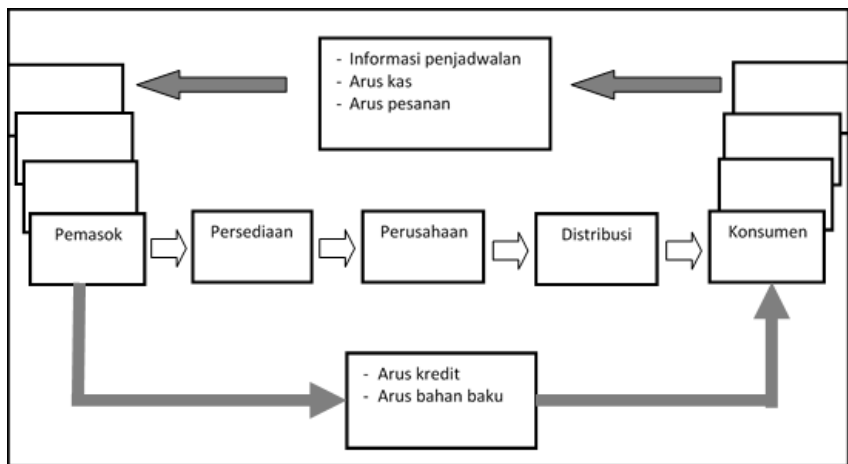
RANTAI PASOK PRODUK AGROBISNIS

9.1 Pengertian

Rantai pasokan merupakan hubungan keterkaitan antara aliran material atau jasa, aliran uang (*return/recycle*) dan aliran informasi mulai dari pemasok, produsen, distributor, gudang, pengecer sampai ke pelanggan akhir (*upstream* ↔ *downstream*). Dengan kata lain, Menurut Pujawan (2005), *Supply Chain* merupakan jaringan perusahaan-perusahaan yang secara bersama-sama bekerja untuk menciptakan dan mengantarkan suatu produk ketangan pemakai, di mana perusahaan tersebut meliputi pemasok, pabrik, distributor, toko, ritel dan perusahaan pendukung seperti jasa logistik. Dengan kata lain juga, rangkaian atau jaringan ini terbentang dari penambang bahan mentah (di bagian hulu) sampai retailer atau toko (pada bagian hilir). Aktivitas-aktivitas dalam rantai pasokan mengubah sumber daya alam, bahan baku, dan komponen-komponen dasar menjadi produk-produk jadi yang akan disalurkan ke konsumen akhir.

Menurut Stevenson dan SC Chuong (2014), sebuah rantai pasok adalah urutan organisasi-organisasi, fasilitas, fungsi, dan aktivitas yang terlibat dalam produksi dan pengiriman suatu

produk atau jasa. Urutan tersebut dimulai dari pemasok dasar bahan baku sampai pada pelanggan akhir. Fasilitas meliputi gudang, pabrik, pusat pemrosesan, pusat distribusi, toko ritel, dan kantor. Sedangkan fungsi dan aktivitas meliputi peramalan, pembelian, manajemen persediaan, manajemen informasi, jaminan mutu, penjadwalan, produksi, distribusi, pengiriman, dan pelayanan pelanggan. Kegiatan rantai pasok terdapat tiga jenis gerakan yang meliputi gerakan fisik material yang biasanya ke arah akhir rantai (meskipun tidak semua berawal dari awal rantai), aliran khas terbalik melalui rantai tersebut, dan pertukaran informasi yang bergerak ke kedua arah di sepanjang rantai tersebut.



Gambar 10.1 Konsep Rantai Pasok

(Sumber : Siagian, 2005)

9.2 Fungsi Rantai Pasok

Adapun fungsi dari Rantai Pasok adalah sebagai berikut:

- a. Perencanaan (*Planning*)
Fungsi ini bermakna pembuatan rangkaian rencana demi meraih tujuan dari suatu perusahaan
- b. Pengaturan (*Organize*)
Artinya perusahaan harus mengorganisasi hal-hal teknis dan nonteknis untuk mencapai tujuan.
- c. Sumber daya manusia (*Staff*)
Perusahaan memerlukan staf atau tenaga kerja untuk menjalankan rencana yang sudah dibuat. Dengan begitu tujuan perusahaan akan tercapai.
- d. Instruksi (*Directing*)
Perusahaan menghadirkan pedoman atau instruksi yang ditaati oleh semua staf yang berperan mewujudkan rencana atau tujuan suatu bisnis.
- e. Pengawasan (*Controlling*)
Fungsi pengawasan untuk memastikan bahwa standar operasional dan instruksi yang diberikan selaras dengan tujuan dan rencana perusahaan. Harapannya proses produksi berlangsung secara maksimal.

9.3 Aliran dalam Rantai Pasok

Terdapat tiga macam aliran yang harus dikelola dalam suatu *supply chain*:

1. Aliran barang atau produk (material) dari hulu ke hilir
2. Aliran uang (finansial) dan sejenisnya yang mengalir dari hilir ke hulu
3. Aliran informasi dari hulu ke hilir ataupun sebaliknya.

Namun dalam kondisi nyata di lapangan, *supply chain* tidaklah sesederhana itu. Dalam pengelolaan rantai pasokan, banyak melibatkan berbagai pihak baik di dalam maupun di luar

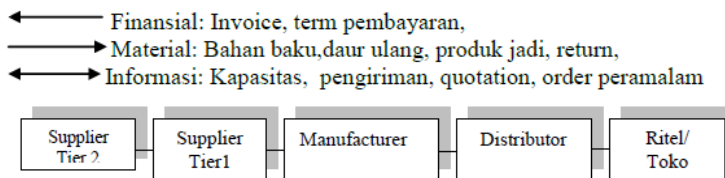
perusahaan dengan cakupan kegiatan yang sangat luas dan pada hakekatnya mereka membentuk suatu jaringan bukan sekedar rantai. Untuk menghadapi berbagai ketidakpastian yang ada di sepanjang rantai pasokan tersebut serta tingginya persaingan dipasar maka dibutuhkan pendekatan dan model pengelolaan yang tangguh agar bisa bertahan dalam dunia bisnis. Beberapa tantangan yang dihadapi perusahaan dalam mengelola rantai pasokan di antaranya adalah kompleksitas struktur rantai pasokan serta adanya resiko ketidakpastian (Anatan dan ellitan, 2008).

Adapun menurut Siagian (2005), rantai pasok mencakup keseluruhan interaksi antara pemasok, perusahaan manufaktur, distributor, dan konsumen. Interaksi ini juga berkaitan dengan transportasi, informasi penjadwalan, transfer kredit dan tunai, serta transfer bahan baku antara pihak-pihak yang terlibat. Rantai pasok sebagai suatu sistem tempat organisasi menyalurkan barang produksi dan jasa kepada para pelanggannya.

Menurut Heizer dan Render (2015), manajemen rantai pasok menggambarkan kooordinasi dari keseluruhan kegiatan rantai pasok, dimulai dari bahan baku dan diakhiri dengan pelanggan yang puas. Sebuah rantai pasok mencakup pemasok, perusahaan manufaktur dan/atau penyedia jasa, perusahaan distributor, grosir dan pengecer yang mengantarkan produk atau jasa ke konsumen akhir. Tujuan dari manajemen rantai pasok adalah untuk mengkoordinasikan kegiatan dalam rantai pasok untuk memaksimalkan keunggulan kompetitif dan manfaat dari rantai pasok bagi konsumen akhir.

Gumus & Guneri (2009) dan Lambert (2004), mengatakan bahwa pada suatu rantai pasok biasanya terdapat e macam aliran yang harus dikelola, yaitu aliran barang dari hulu

ke hilir, aliran uang dari hilir ke hulu dan aliran informasi baik dari hulu ke hilir atau sebaliknya. Simplifikasi model konseptual sebuah rantai pasok dengan tiga aliran dapat dilihat pada Gambar 10.2.



Gambar 20.2. Tiga Macam Aliran dalam Rantai Pasok

(Sumber: Gumus & Guneri, 2009)

9.4 Jenis Rantai Pasok

Menurut Indrajit dan Djokopranoto (2002), ada beberapa pemain utama yang merupakan perusahaan-perusahaan yang mempunyai kepentingan yang sama dalam hubungan organisasi pada rantai pasok yaitu:

1. Rantai 1: *Suppliers*

Jaringan berawal dari *supplier* yang merupakan sumber penyedia bahan pertama di mana mata rantai penyaluran barang akan dimulai. Bahan pertama ini dapat berupa bahan baku, bahan mentah, bahan penolong, bahan dagangan, *subassemblies*, suku cadang dan sebagainya. Menurut Stevenson dan Chuong (2014), pemasok yang bertanggung jawab dan dapat dipercaya adalah mata rantai yang vital dalam rantai pasok yang efektif. Pengiriman barang atau jasa yang tepat waktu dan bermutu tinggi hanyalah dua dari banyak cara pemasok dapat berkontribusi pada operasi yang efektif.

2. Rantai 1 - 2: *Suppliers → Manufacturer*

Rantai pertama dihubungkan dengan rantai kedua, yakni *manufacturer* atau *plants* atau *assembler* atau *fabricator* atau bentuk yang melakukan pekerjaan membuat, memfabrikasi, mengassembling, merakit, mengkonversikan atau menyelesaikan barang (*finishing*). Hubungan dengan mata rantai pertama dengan mata rantai kedua ini sudah mempunyai potensi untuk melakukan penghematan. Misalnya, *inventories* bahan baku, bahan setengah jadi, dan bahan jadi yang berada di pihak *supplier*, *manufacturer* dan tempat transit merupakan target penghematan ini. Tidak jarang penghematan sebesar 40%-60%, bahkan lebih dapat diperoleh dari *inventory carrying cost* di mata rantai ini.

3. Rantai 1 - 2 - 3: *Suppliers* → *Manufacturer* → *Distribution*
Barang jadi yang dihasilkan oleh *manufacturer* harus disalurkan kepada pelanggan. Meskipun tersedia banyak cara untuk penyaluran barang ke pelanggan, pada umumnya adalah melalui distributor dan biasanya ditempuh oleh sebagian besar rantai pasok. Barang dari pabrik melalui gudangnya disalurkan ke gudang distributor atau pedagang besar dalam jumlah besar dan pada waktunya nanti pedagang besar menyalurkan dalam jumlah yang lebih kecil kepada *retailers* atau pengecer.
4. Rantai 1 - 2 - 3 - 4 : *Suppliers* → *Manufacturer* → *Distribution* → *Retail Outlets*

Pedagang besar biasanya mempunyai fasilitas gudang sendiri atau dapat menyewa dari pihak lain. Gudang ini digunakan sebagai tempat menimbun barang sebelum disalurkan kepada pengecer. Sekali lagi di sini ada kesempatan untuk memperoleh penghematan dalam bentuk *inventories* dan biaya gudang dengan cara melakukan desain kembali pola pengiriman barang baik dari gudang *manufacturer* maupun toko pengecer (*retail outlets*). Meskipun ada beberapa pabrik yang langsung menjual barang hasil produksinya kepada pelanggan, namun secara

relatif jumlahnya tidak banyak dan kebanyakan menggunakan pola seperti di atas.

5. Rantai 1 - 2 - 3 - 4 - 5 : *Suppliers* → *Manufacturer* → *Distribution* → *Retail Outlets* → *Customers*

Pengecer atau *retails* ini menawarkan barangnya langsung kepada para pelanggan atau pembeli atau pengguna barang tersebut di mana yang termasuk *outlets* adalah toko, warung, toko serba ada, pasar swalayan, toko koperasi, *mall*, *club stores* dan sebagainya, pokoknya di mana pembeli akhir melakukan pembelian. Meskipun secara fisik dapat dikatakan bahwa ini merupakan mata rantai terakhir, sebenarnya masih ada satu mata rantai lagi yang terakhir, yaitu dari pembeli ke *real customers* atau *real user*, karena pembeli belum tentu pengguna sesungguhnya. Mata rantai pasok baru betul-betul berhenti setelah barang yang bersangkutan tiba di pemakai langsung (pemakai yang sebenarnya) barang atau jasa yang dimaksud.

9.5 Persyaratan Manajemen Rantai Pasok

Manajemen rantai pasok yang berhasil membutuhkan suatu persyaratan, di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Kepercayaan di antara rekan bisnis. Penting bagi rekanan bisnis besar untuk saling percaya dan merasa yakin bahwa rekan mempunyai tujuan yang serupa dan bahwa mereka akan mengambil tindakan yang saling menguntungkan.
2. Komunikasi yang efektif. Komunikasi rantai pasok yang efektif membutuhkan teknologi terintegrasi dan cara yang terstandar serta cara komunikasi antar-rekanan.
3. Visibilitas rantai pasok. Bahwa suatu rekan bisnis besar dapat terhubung dengan bagian manapun dari rantai pasoknya untuk mengakses data secara *real time* mengenai tingkat persediaan, status pengiriman, dan informasi penting sejenis yang membutuhkan untuk saling berbagi data.

4. Kemampuan manajemen peristiwa. Manajemen peristiwa adalah kemampuan untuk mendeteksi dan merespon terhadap peristiwa tidak terencana, seperti pengiriman yang tertunda atau gudang yang kehabisan barang tertentu. Sistem manajemen peristiwa harus mempunyai empat kemampuan di antaranya adalah pemantauan sistem, pemberitahuan ketika peristiwa tertentu yang terencana atau tidak terencana terjadi, menyimulasikan solusi potensial ketika sebuah peristiwa yang tidak terencana terjadi, dan mengukur kinerja jangka panjang pemasok, pengangkut, dan anggota rantai pasok lainnya.
5. Matrik kinerja. Matrik ini dibutuhkan untuk meyakinkan bahwa rantai pasok berfungsi seperti yang diperkirakan, atau bahwa terdapat masalah yang harus ditangani. Berbagai ukuran yang dapat digunakan antara lain pengiriman yang terlambat, perputaran persediaan, waktu respon, isu mutu, dan sebagainya.

9.6 Klasifikasi Manajemen Rantai Pasok

Menurut Pujawan (2005), pada perusahaan manufaktur kegiatan-kegiatan utama yang masuk dalam klasifikasi manajemen rantai pasok adalah sebagai berikut:

1. Pengembangan Produk (*Product Development*)
Bagian pengembangan produk ini sangat penting, artinya bagi perusahaan-perusahaan yang ada pada kelompok industri inovatif. Dalam merancang produk, perusahaan harus mempertimbangkan beberapa hal. Pertama, rancangan harus mencerminkan aspirasi atau keinginan pelanggan. Oleh karena itu, dibutuhkan riset pasar yang memadai. Kedua, produk yang dirancang harus mencerminkan ketersediaan produk dan sifat-sifat bahan baku. Dalam praktek manajemen rantai pasok akan melibatkan beberapa pemasok kunci dalam proses perancangan produk. Ketiga,

rancangan yang dibuat harus dapat diproduksi secara ekonomis dengan fasilitas produksi yang dimiliki atau dibangun, sehingga aspek *manufacturability* perlu dipertimbangkan. Keempat, produk harus dirancang sedemikian rupa sehingga kegiatan pengiriman mudah dilakukan dan tidak menimbulkan biaya-biaya persediaan yang berlebihan di sepanjang rantai pasok.

2. Pengadaan (*Procurement*)

Bagian pembelian semakin dianggap strategis oleh banyak perusahaan besar maupun kecil. Hal ini dikarenakan bagian ini mempunyai potensi untuk menciptakan daya saing perusahaan atau rantai pasok, bukan hanya dari perannya dalam mendapatkan bahan baku dengan murah, tetapi juga dalam meningkatkan *time to market* dalam perancangan produk baru, meningkatkan kualitas produk dengan bekerjasama dengan pemasok untuk menjalankan program-program kualitas dan meningkatkan ketanggapan dengan memilih pemasok yang dianggap tanggap dan responsif.

3. Perencanaan dan Pengendalian (*Planning and Control*)

Perencanaan dan pengendalian dalam rantai pasok memainkan peranan yang sangat vital. Bagian ini banyak bertugas untuk menciptakan koordinasi taktis maupun operasional sehingga kegiatan produksi, pengadaan material, maupun pengiriman produk dapat dilakukan dengan efisien dan tepat waktu. Kegiatan perencanaan harus dilakukan dengan berkoordinasi dengan pihak-pihak lain pada rantai pasok, misalnya dalam menentukan berapa banyak suatu produk akan diproduksi maka perusahaan membutuhkan informasi mengenai data penjualan terakhir di tingkat pengecer serta berapa banyaknya stok produk yang masih tersedia. Kegiatan yang mencakup bagian ini adalah perencanaan permintaan, peramalan permintaan, perencanaan kapasitas, perencanaan produksi dan persediaan. Pada bagian ini, berbagai keputusan yang berkaitan dengan persediaan harus dibuat, seperti keputusan yang berupa tingkat *safety stock* dan beberapa

reorder point untuk setiap jenis item. Adapun manajer *Planning Production Inventory Control* (PPIC) dituntut untuk dapat menentukan di mana persediaan harus disimpan dalam bentuk apa sebaiknya disimpan dan siap yang seharusnya bertanggung jawab dalam pengelolaan persediaan.

4. Operasi atau Produksi

Bagian ini bertugas secara fisik melakukan transformasi dari bahan baku, bahan setengah jadi, atau komponen menjadi produk jadi. Kegiatan produksi dalam konteks rantai pasok tidak harus dilakukan dalam perusahaan. Saat ini, semakin banyak perusahaan yang melakukan sistem *outsourcing*, yakni memindahkan kegiatan produksi ke pihak subkontraktor, kemudian perusahaan berkonsentrasi untuk melakukan kegiatan-kegiatan yang memang menjadi *core competency* mereka. Dengan demikian, produktivitas tenaga kerja dan sumberdaya lainnya akan dapat ditingkatkan karena semua pihak akan berkonsentrasi pada kompetensi mereka masing-masing. Kegiatan yang mencakup kegiatan ini adalah eksekusi produksi dan pengendalian kualitas. Dalam mengelola sistem produksi, perlu diterapkan konsep-konsep *lean manufacturing* yang mementingkan efisiensi dan *agile manufacturing* yang menekankan pada fleksibilitas dan ketangkasan dalam merespon perubahan. Pilihan ke arah efisiensi atau fleksibilitas harus dibuat dengan pertimbangan tujuan strategis. Perusahaan yang bersaing di pasar atas dasar harga dan memproduksi produk dengan volume yang besar biasanya menaruh efisiensi di atas fleksibilitas.

5. Pengiriman atau Distribusi

Pengiriman produk ke pelanggan atau pemakai akhir tentunya melibatkan kegiatan transportasi. Kegiatan pengiriman dapat dilakukan sendiri oleh perusahaan atau dengan menyerahkannya ke perusahaan jasa transportasi. Saat ini, semakin banyak perusahaan yang tidak melakukan secara sendiri terhadap kegiatan pengiriman. Kegiatan yang mencakup bagian ini adalah perencanaan jaringan distribusi,

penjadwalan pengiriman, mencari dan memelihara hubungan dengan perusahaan jasa pengiriman dan memonitor *service level* di tiap pusat distribusi. Dalam kegiatan distribusi, perusahaan diharuskan dapat merancang jaringan distribusi yang tepat. Keputusan tentang perancangan jaringan distribusi harus mempertimbangkan *trade off* antara aspek biaya, aspek fleksibilitas dan aspek kecepatan respon terhadap pelanggan.

Kegiatan operasional distribusi dapat sangat kompleks, terutama jika pengiriman harus dilakukan ke jaringan yang luas dan tersebar dimana-mana, perusahaan harus meningkatkan tingkat pelayanan yang harus dicapai di masing-masing wilayah, menentukan jadwal maupun rute pengiriman dan mencari cara yang inovatif untuk mengurangi biaya serta meningkatkan tingkat pelayanan ke pelanggan. Adapun beberapa cara inovatif adalah *cross-docking*, *mixed-load* dan lainnya yang memungkinkan distribusi barang dan jasa dapat dilakukan secara efisien dan cepat sampai kepada pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Gumus, A., & Guneri, A. (2009). A multi-echelon inventory management framework for stochastic and fuzzy supply chain. *Journal expert System with Application*, e6, 5565-5575. doi:<http://doi:10.1016/j.eswa.2008.06.082>
- Heizer, J., & Barry, R. (2015). *Manajemen Operasi : Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan*, edisi 11. Jakarta: Salemba empat.
- Indrajit, R. e., & Djokopranoto, R. (2002). *Konsep Manajemen Supply Chain Cara Baru Memandang Mata Rantai Penyediaan Barang*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Lambert, D. M., & Cooper, M. C. (2000). Issues in Supply Chain Management. *Journal Industrial Marketing Management*, 65-8e.
- Pujawan, I. N. (2005). *Supply Chain Management*. Surabaya: Guna Widya.
- Siagian, Y. M. (2005). *Aplikasi Supply Chain Management Dalam Dunia Bisnis*. Jakarta: Grasindo.
- Stevenson, W. J., & Chuong, S. C. (2014). *Manajemen Operasi Perspektif Asia*. Jakarta: Salemba empat.

BAB 10

STRUKTUR BIAYA PERUSAHAAN AGROBISNIS

10.1 Pendahuluan

Perusahaan agrobisnis merupakan industri yang memiliki potensi untuk tumbuh dan berkembang. Selama berabad-abad, produktivitas pertanian berasal dari penerapan dua sumber daya, yaitu tanah dan tenaga kerja (N. Scott 2003; R. E. Just and R. D. Pope 2001). Namun saat ini, sebagian besar peningkatan produktivitas hasil pertanian berasal dari penggunaan sumber daya lain, yaitu modal, terutama dalam bentuk teknologi termasuk bioteknologi, peningkatan teknologi pada budidaya, serta peningkatan teknologi pada penggunaan mesin dan bahan kimia. Kedepannya, sumber daya lain dapat mempengaruhi produktivitas hasil pertanian, yaitu manajemen (J. Wilkinson 2009).

Pada pelaksanaan sebuah bisnis, termasuk pada perusahaan agrobisnis, biaya akan lebih mudah untuk diidentifikasi (dan dinilai) dibandingkan dengan keuntungan (J. Price Gittinger 1982). Pertanian pada dasarnya merupakan bisnis komoditas di mana diferensiasi produk bukan tidak mungkin dilakukan. Terdapat tiga pendekatan dasar untuk

memperoleh keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, diantaranya adalah pendekatan kepemimpinan biaya (*cost leadership approach*), pendekatan diferensiasi produk (*product differentiation approach*), dan pendekatan spesialisasi (*specialized approach*). Namun dikarenakan komoditas pertanian menghadapi kesulitan jika dilakukan pendekatan diferensiasi produk, sehingga kebanyakan petani diharuskan memiliki keunggulan kompetitif yaitu pada pendekatan kepemimpinan biaya atau pendekatan spesialisasi, walaupun spesialisasi tidak akan berjalan efektif, jika tidak memiliki keunggulan dalam hal biaya (Porter ME 1980).

Struktur biaya biasanya mengacu pada berbagai jenis pengeluaran yang dikeluarkan dari bisnis yang dijalankan. Struktur biaya dalam produksi pertanian dicirikan dengan proporsi yang relatif besar pada total biaya tetap dan proporsi yang rendah dari biaya variabel. Struktur biaya memiliki pengaruh yang signifikan dan implikasi yang kuat dalam proses pengambilan keputusan pada produksi pertanian (Michael Boehlje 1993). Struktur biaya yang dikeluarkan dalam perusahaan agrobisnis dapat diklasifikasikan menjadi lima kategori, yaitu biaya variabel, biaya tetap, biaya finansial, dan biaya modal. Produksi pertanian penuh dengan ketidakpastian dan risiko. Pemahaman kategori perlu dilakukan sebagai dasar untuk dapat mengalokasikan biaya serta untuk melakukan penilaian terhadap tingkat profitabilitas yang dihasilkan secara keseluruhan dan efisiensi keuangan dari usahatani yang dijalankan (Tony Hudson and Mike Krause 2014). Berikut struktur biaya yang digunakan pada perusahaan agrobisnis.

10.1.1 Biaya Variabel (*Variabel Costs*)

Biaya variabel atau *variable cost* adalah biaya-biaya yang dapat meningkat seiring dengan meningkatnya skala

perusahaan (Tony Hudson and Mike Krause 2014). Biaya variabel adalah biaya penambahan input variabel ke proses produksi dan dikeluarkan hanya jika produksi terjadi (Jeff Schmidt 2023). Terdapat beberapa biaya variabel secara umum yang digunakan pada usahatani yang disajikan pada Tabel 11.1.

Tabel 10.1 Berbagai Jenis Biaya Variabel Secara Umum

• Benih • Pupuk • Bahan bakar • Herbisida • Insektisida • Fungisida • Mulsa • Listrik	• Tenaga Kerja • Biaya Penanaman • Biaya Pemeliharaan • Biaya Penyemprotan • Biaya Pemanenan • Biaya Pengangkutan • Biaya Pemasaran • Biaya Irigasi Air
---	---

Sumber: Tony Hudson & Mike Krause, 2014

Beberapa biaya variabel dapat mempengaruhi hasil, misalnya pemupukan dan benih. Terdapat biaya lainnya yang bergantung pada hasil yaitu biaya akan meningkat seiring dengan peningkatan hasil, seperti biaya pengangkutan dan pemasaran. Hal lainnya tidak dapat berubah akibat dari perubahan hasil, tetapi perusahaan tidak dapat berjalan tanpa biaya ini yaitu biaya penanaman dan panen. Biaya variabel lainnya lebih sulit untuk diukur karena biayanya tidak bergantung pada hasil, namun jika tidak menggunakannya maka kemungkinan besar memberikan dampak negatif pada hasil yaitu biaya herbisida, fungisida dan insektisida.

Terdapat beberapa alasan pentingnya menentukan dan mengetahui biaya variabel, diantaranya adalah:

1. **Untuk melakukan pemilihan bauran usaha yang paling menguntungkan:** dapat dilakukan dengan menghitung

margin kotor perusahaan per hektar dan membandingkan dengan berbagai usaha, serta untuk mengetahui kemungkinan tingkat profitabilitasnya, sehingga dapat memilih bauran usaha yang paling menguntungkan dengan mempertimbangkan masalah lingkungan, pasar, dan agronomi. Hal ini juga berkaitan dengan pemilihan keputusan bisnis/usaha yang tepat.

2. **Untuk melakukan perhitungan modal kerja yang dibutuhkan:** dapat dilakukan dengan menghitung jumlah modal kerja yang dibutuhkan untuk melakukan budidaya pada sejumlah luasan lahan dari suatu usaha yang dijalankan. Meningkatnya biaya yang terkait dengan biaya variabel bukanlah indikator negatif. Peningkatan biaya variabel selalu diperlukan untuk meningkatkan produksi untuk mencapai target penjualan yang lebih tinggi, yang dapat menimbulkan biaya tambahan.
3. **Untuk melakukan analisis sensitivitas :** biaya variabel dapat digunakan untuk mempertimbangkan tingkat sensitivitas profitabilitas usaha terhadap harga, hasil, dan biaya variabel. Margin kotor usaha per hektar dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Margin Kotor} = (\text{Hasil Produksi} \times \text{Harga Produk}) - \text{Biaya Variabel}$$

Analisis ini dapat membantu untuk melakukan penilaian terhadap dampak dari perubahan biaya variabel terhadap margin kotor. Hal ini menunjukkan bahwa manajemen harus lebih fokus untuk mencapai margin kotor yang lebih tinggi. Sebagai contoh disajikan pada Tabel 11.2. Diasumsikan terdapat hasil panen jagung sebanyak 2 ton per hektar dengan harga jagung yaitu Rp 500.000 per ton dan biaya variabel diketahui sebesar Rp 550.000 per hektar. Maka dapat diketahui bahwa margin kotor jagung yaitu = $(2 \times 500.000) - 550.000 = \text{Rp } 450.000$ per ton. Berdasarkan pada hasil perhitungan menunjukkan bahwa margin kotor komoditas jagung mengalami perubahan nilai sebesar 5 persen. Selain itu, hasil produksi dan harga memiliki dampak

yang besar terhadap margin kotor, keduanya mengalami kenaikan sebesar Rp 50.000 dengan perubahan nilai sebesar 5 persen. Hal ini mengindikasikan bahwa, meskipun biaya menjadi hal yang penting, namun profitabilitas lebih sensitif terhadap peningkatan manajemen hasil produksi dan harga produk. Selain itu, penting untuk memastikan bahwa pendapatan meningkat pada tingkat yang lebih tinggi daripada pengeluaran. Namun perlu diperhatikan bahwa meskipun analisis sensitivitas memiliki pengaruh yang kuat, penyesuaian biaya variabel juga berkaitan dengan kinerja hasil produksi dan kualitas benih/bibit yang digunakan, sehingga terkadang sulit untuk memisahkan pengaruh biaya variabel dari hasil produksi dan harga produk.

Tabel 10.1 Sensitivitas Margin Kotor

	Estimasi Awal	Harga Produk Meningkat 5%	Hasil Produksi Meningkat 5%	Biaya Variabel Meningkat 5%
Harga Produk (Rp/ton)	500.000	525.000	500.000	500.000
Hasil Produksi (ton/ha)	2	2	2.1	2
Biaya Variabel (Rp/ha)	550.000	550.000	550.000	578.000
Magrin Kotor (Rp/ha)	450.000	500.000	500.000	422.000
Perubahan		50.000	50.000	-28.000

4. **Melakukan perbandingan dengan petani lain** : jika perbandingan margin kotor yang digunakan dilakukan di daerah yang sama, maka perbedaannya biasanya dapat terjadi dalam hal harga yang dicapai, jumlah hasil produksi,

perbedaan biaya variabel, atau kemungkinan besar perbedaan dari kombinasi ketiganya. Jika petani tergabung dalam kelompok tani, melakukan analisis komparatif menjadi proses pembelajaran yang dapat dilakukan, namun tetap dengan melakukan perbandingan dengan skala usaha yang sama pada setiap petani atau dengan kata lain perbandingan *apple to apple*. Namun perlu diperhatikan bahwa jenis tanah serta pengalaman pada setiap usaha dapat menyebabkan perbedaan pada margin kotornya.

10.1.2 Biaya Tetap (*Fixed Costs*)

Biaya tetap atau *fixed cost* adalah biaya yang secara umum tidak berubah atau dengan kata lain merupakan biaya yang dikeluarkan meskipun tidak ada output yang dihasilkan. Biaya ini muncul karena sejumlah sumber daya tetap digunakan selama periode produksi meskipun tidak terdapat produksi. Biaya ini berhubungan dengan bisnis pertanian secara keseluruhan dan tidak bergantung pada jenis usaha atau produktivitas dari usaha yang dijalankan. Biaya tetap biasanya terkait dengan pengeluaran berulang dan tidak terkait langsung dengan produksi, seperti sewa, pembayaran bunga, asuransi, penyusutan alat/barang, dan pajak.

Bagi sebagian besar bisnis, sulit untuk mengubah biaya tetap dalam jangka pendek. Namun, dengan tujuan asumsi untuk mempertahankan aset dan melanjutkan kegiatan bisnis, maka biaya-biaya tersebut harus dipenuhi terlepas dari bagaimana lahan digunakan. Dalam pelaksanaan penganggaran yang baik, perlu diketahui biaya tetap selama satu tahun. Hal ini dapat membantu melakukan identifikasi terhadap total margin kotor minimum yang harus dihasilkan oleh usahatani yang dijalankan untuk mencapai titik impas. Selain itu, biaya tetap dapat dibandingkan dengan biaya produsen lainnya untuk mendapatkan pemahaman mengenai tingkat efisiensi dari bisnis

yang dijalankan. Terdapat beberapa jenis biaya tetap yang digunakan pada perusahaan agrobisnis, diantaranya.

1. Penyusutan Alat

Penyusutan merupakan biaya yang timbul akibat dari adanya keusangan dan usia mesin atau alat yang digunakan dalam kegiatan produksi. Tingkat keusangan alat dapat menyebabkan nilai alat tertentu berada di atas atau di bawah nilai rata-rata untuk alat serupa ketika dijual. Adanya pengenalan teknologi baru atau inovasi alat baru yang besar dapat membuat alat yang digunakan menjadi lebih usang dan menyebabkan penurunan nilai yang signifikan. Oleh karena itu, usia dan akumulasi waktu penggunaan biasanya menjadi faktor penting dalam menentukan nilai sisa dari sebuah alat.

Sebelum melakukan perkiraan penyusutan tahunan, perlu dilakukan penentuan terhadap umur ekonomis alat dan nilai sisa di akhir penggunaan. Umur ekonomis adalah jumlah tahun di mana biaya harus diperkirakan. Secara umum, umur ekonomis lebih kecil dari umur pakai alat, karena petani dapat melakukan penukaran alat dengan alat lain sebelum alat itu rusak. Selanjutnya, nilai sisa adalah perkiraan nilai jual alat di akhir umur ekonomisnya. Jumlah ini dapat menjadi perkiraan nilai pasar, jika alat yang sudah digunakan akan dijual kembali ke pasar bekas atau memiliki nilai nol pada alat jika akan digunakan sampai dengan rusak.

2. Bunga

Jika dalam pelaksanaan usaha dilakukan peminjaman modal, maka pemberi pinjaman akan menentukan tingkat bunga yang akan dikenakan. Namun jika menggunakan modal pribadi, suku bunga yang dikenakan akan bergantung pada biaya peluang untuk modal tersebut di tempat lain dalam usahatani yang dijalankan. Jika hanya sebagian dari modal yang dipinjam, maka menggunakan rata-rata dari dua suku bunga yang berlaku. Inflasi dapat mengurangi biaya riil dari investasi modal untuk

mesin atau alat pertanian, namun pinjaman dapat dilunasi dengan lebih murah. Tingkat suka bunga harus disesuaikan dengan mengurangi tingkat inflasi yang diharapkan. Sebagai contoh, diasumsikan dengan tingkat inflasi sebesar 2 persen, sehingga tingkat bunga yang disesuaikan adalah 5 persen.

Biaya gabungan dari penyusutan dan bunga dapat dihitung dengan menggunakan faktor pemulihan modal. Pemulihan modal adalah jumlah uang yang harus disisihkan setiap tahunnya untuk mengembalikan nilai yang hilang karena penyusutan dan pembayaran bunga.

3. Pajak, asuransi, dan sewa

Ketiga biaya ini jauh lebih kecil dibandingkan dengan penyusutan alat dan bunga, namun tetap perlu dipertimbangkan. Pada beberapa negara, pajak biasanya dikaitkan dengan penggunaan dari kepemilikan lahan dengan perkiraan biaya sebesar 1 persen dari nilai kepemilikan lahan. Selain itu, untuk asuransi menjadi salah satu usaha mitigasi risiko untuk memungkinkan penggantian jika terjadi bencana.

Salah satu cara umum untuk mengurangi biaya tetap yaitu dengan meningkatkan skala operasi usaha. Hal ini biasanya dilakukan dengan cara membeli, berbagi lahan atau menyewa lebih banyak lahan. Meskipun hal ini biasanya berarti bahwa total biaya tetap yang dibayarkan akan meningkat, banyak dari biaya-biaya ini, seperti akuntansi, utilitas, sewa jika menyewa lahan, perjalanan, pelatihan, penyusutan, dan sebagainya, mungkin tidak akan berubah dengan meningkatnya skala.

Dalam hal ini, meskipun kemungkinan besar akan terjadi peningkatan total biaya tetap, namun kenyataannya harus menurun, seperti halnya biaya tetap sebagai persentase dari Pendapatan Kotor. Bisnis akan mencapai *overhead* yang lebih besar efisiensi biaya tetap yang lebih besar dengan mendapatkan hal yang dikenal sebagai Skala Ekonomi.

10.1.3 Biaya Finansial (*Financial Costs*)

Biaya finansial bagi sebagian besar petani mencakup pembayaran bunga pinjaman berjangka, pembiayaan peralatan dan cerukan. Namun, penting untuk dipahami bahwa biaya finansial hanya mencakup komponen bunga dari setiap pembayaran. Jika melunasi pinjaman dalam bentuk cicilan pokok ditambah bunga, maka komponen pokok dari cicilan tersebut adalah biaya modal, bukan biaya finansial. Biaya finansial adalah biaya yang memungkinkan akses ke aset yang bukan milik pribadi. Meminjam uang untuk membeli tanah adalah contoh yang bagus: kebanyakan petani tidak memiliki cadangan uang tunai yang cukup untuk membeli tanah tambahan, sehingga mereka meminjam uang dari bank. Melakukan peminjaman uang dari bank untuk membeli tanah. Bunga yang harus dibayarkan atas pinjaman tersebut adalah biaya yang dibebankan bank karena menggunakan uang mereka untuk memberikan akses ke lahan tambahan tersebut. Demikian pula, biaya keuangan harus mencakup biaya sewa lahan. Seperti halnya bunga, pembayaran sewa memberikan akses kepada petani terhadap aset yang tidak dapat diaksesnya yang tidak dapat petani akses.

Biaya-biaya yang dikeluarkan baik ketika tanaman ditanam maupun tidak, dianggap sebagai biaya yang hilang (*sunk cost*). Pengendalian biaya dalam pertanian produksi harus berfokus pada biaya tetap tidak hanya karena proporsi yang lebih besar dari total biaya, tetapi juga karena biasanya ada variasi substansial dalam biaya tetap dengan tinggi-rendahnya keuntungan usaha, sehingga terdapat peluang yang signifikan untuk meningkatkan profitabilitas (William Edwards 2015).

Memahami biaya keuangan dan biaya tetap sangat penting bagi perusahaan agribisnis untuk mengelola biaya produksi dan meningkatkan profitabilitas.

10.1.4 Biaya Modal (*Capital Costs*)

Biaya modal adalah sejumlah uang yang dibelanjakan untuk aset dan tidak muncul dalam anggaran rugi-laba, tetapi memiliki dampak besar terhadap arus kas usaha. Idealnya, biaya modal harus dapat meningkatkan produktivitas dan kegiatan usaha yang dilakukan, namun tidak selalu demikian. Pembelanjaan terhadap biaya modal secara umum meliputi pembelian tanah/lahan, bangunan, mesin, pembibitan ternak hidup, dan pembayaran pokok utang. Tidak semua belanja modal akan meningkatkan produktivitas. Oleh karena itu, perlu dilakukan persiapan anggaran berdasarkan asumsi yang tepat mengenai kemungkinan dengan atau tanpa belanja modal yang diusulkan, sehingga dapat mengetahui dampak sebelum membuat keputusan.

10.2 Implikasi Struktur Biaya

Struktur biaya memiliki implikasi yang signifikan dan kuat terhadap keputusan manajemen dalam kegiatan produksi pertanian.

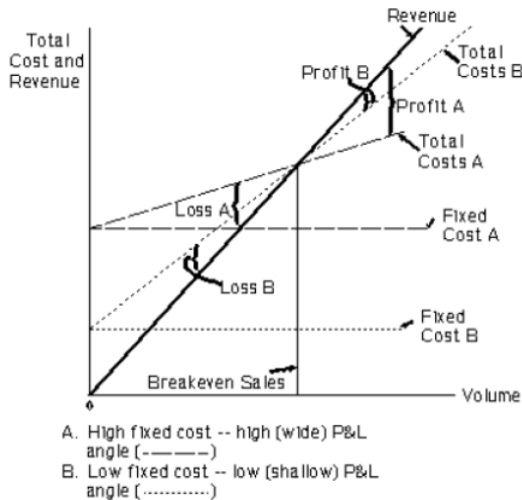
1. Implikasi pertama dari struktur biaya tetap yang tinggi pada usaha pertanian adalah bahwa keputusan untuk melakukan "penutupan" usaha jauh lebih tidak responsif terhadap penurunan harga dibandingkan dengan kebanyakan industri lain. Sebagai contoh, pada bisnis manufaktur mobil, di mana sebagian besar dari total biaya produksi bersifat variabel, penurunan harga mobil yang kecil akan mengakibatkan penutupan pabrik karena tidak dapat menutupi biaya variabel. Perlu diingat bahwa dalam jangka pendek,

keputusan untuk melakukan penutupan pabrik terjadi ketika harga atau pendapatan tidak dapat menutupi biaya variabel, atau biaya tetap dan total biaya yang tidak relevan dalam keputusan penutupan pabrik. Sebaliknya, dengan proporsi yang jauh lebih kecil dari total biaya variabel, seperti pada usahatani, harga dan pendapatan akan menurun secara substansial lebih banyak sebelum penutupan usaha terjadi. Hal ini berakibat pada petani yang lebih cenderung melakukan produksi secara individu untuk memperoleh surplus dibandingkan dengan industri manufaktur lainnya.

2. Implikasi kedua adalah bahwa strategi "pengendalian biaya" secara tradisional akan kurang efektif pada industri dengan biaya tetap yang tinggi. Jika sebagian besar proporsi biaya pada biaya tetap, pada strategi tradisional pada dasarnya berfokus pada biaya variabel memiliki dampak yang lebih rendah dari total biaya. Dengan melakukan pengendalian biaya dalam usahatani harus berfokus pada biaya tetap bukan hanya karena proporsi biaya tetap lebih besar dari total biaya, tetapi juga karena terdapat variasi yang besar pada biaya tetap. Dengan demikian memiliki peluang yang signifikan untuk mempengaruhi profitabilitas.
3. Dalam industri dengan biaya tetap yang tinggi, pemanfaatan aset tetap merupakan hal yang sangat penting, karena aset tetap merupakan sumber dari biaya tetap. Hal ini terjadi pada produsen yang sedang mengalami tekanan keuangan. Bagi sebagian besar produsen yang mengalami kesulitan keuangan, masalah dapat muncul akibat dari biaya tetap yang berlebihan dibandingkan dengan biaya variabel, seperti benih, pupuk, pestisida, atau pakan. Biaya tetap yang berlebihan dapat dikurangi dengan dua cara, yaitu menjual

atau membuang aset tetap yang menghasilkan biaya tetap atau meningkatkan volume basis aset yang sama untuk menyebarkan biaya tetap ke lebih banyak hasil produksi. Meskipun demikian, hasil produksi dapat ditingkatkan dengan melakukan penjadwalan yang lebih ketat.

4. Struktur biaya juga mempengaruhi sensitivitas atau daya tanggap profitabilitas terhadap volume dan tingkat penjualan. Gambar 11.1 memberikan ilustrasi terhadap implikasi dari struktur biaya yang berbeda untuk usaha.



Gambar 10.1 Pengaruh Proporsi dari Penggunaan Biaya Tetap dan Biaya Variabel Terhadap Profitabilitas dan Risiko
 (Sumber : (Michael Boehlje 1993))

Agar analisis lebih mudah dipahami, diasumsikan bahwa total biaya untuk Perusahaan A dan Perusahaan B sama dengan total pendapatan pada tingkat penjualan impas yang sama. Perhatikan perubahan yang jauh lebih besar pada sudut laba rugi saat menyimpang dari titik impas volume penjualan ketika biaya tetap memiliki proporsi yang lebih

tinggi dari total biaya (Perusahaan A), dibandingkan dengan sudut laba rugi yang lebih kecil ketika biaya variabel mendominasi struktur biaya (Perusahaan B). Volume penjualan di atas tingkat impas memiliki dampak yang jauh lebih besar pada laba untuk perusahaan dengan biaya tetap tinggi (Perusahaan A), dibandingkan dengan perusahaan dengan biaya tetap rendah (Perusahaan B), dan juga volume di bawah titik impas menghasilkan kerugian yang lebih besar. Akibatnya, mempertahankan volume di atas titik impas memiliki hasil yang jauh lebih tinggi untuk perusahaan berbiaya tetap tinggi, dan volume di bawah titik impas menghasilkan lebih banyak risiko kerugian. Intinya, perusahaan berbiaya tetap rendah tidak terlalu dirugikan oleh penurunan volume, dan juga tidak mendapat banyak keuntungan dari peningkatan volume terdapat imbalan yang lebih tinggi bagi perusahaan seperti ini untuk menekankan pengendalian biaya daripada volume untuk meningkatkan laba. Untuk perusahaan berbiaya tetap tinggi, volume produksi adalah hal yang terpenting.

5. Perusahaan dengan biaya tetap yang tinggi memiliki tingkat fleksibilitas yang rendah dan kurang mudah beradaptasi, sehingga lebih sulit bagi perusahaan untuk merespon perubahan kondisi ekonomi, menyesuaikan diri dengan realitas pasar yang baru, atau mengadopsi teknologi dan cara-cara baru dalam berbisnis. Dengan perubahan cepat yang terjadi di sektor produksi pertanian, perusahaan memiliki kapasitas lebih besar untuk merespon perubahan tersebut, melakukan adaptasi, dan lebih fleksibel, sehingga memiliki peluang yang lebih besar untuk bertahan. Namun, jika fleksibilitas menghasilkan inefisiensi dan biaya tinggi, hal tersebut mungkin tidak sebanding dengan "harga" yang harus dibayar.

6. Industri dengan biaya tetap yang tinggi juga merupakan industri dengan "biaya masuk" yang tinggi. Hal ini berarti lebih sulit bagi pendatang baru untuk mendapatkan sumber daya dan dukungan keuangan untuk memasuki industri, termasuk di bidang pertanian. Di pasar dengan sedikit produsen yang menghasilkan produk yang berbeda, "biaya masuk" yang tinggi juga akan memberikan perlindungan dari pesaing yang lebih kecil kemungkinannya untuk masuk dan mengambil pangsa pasar. Dengan demikian, pada umumnya terdapat lebih sedikit persaingan dan risiko yang lebih rendah untuk kehilangan posisi, kekuasaan, atau pangsa pasar jika "biaya masuk" tinggi karena dominasi biaya tetap. Namun, di sektor pertanian, yang merupakan bisnis komoditas yaitu, diferensiasi produk yang kecil dengan sejumlah produsen di seluruh dunia, argumen ini tidak berlaku.
7. Berdasarkan pada dalam Gambar 11.1, dalam industri dengan biaya tetap tinggi dengan sudut untung dan rugi yang tinggi, meningkatkan pendapatan dengan meningkatkan harga produk memiliki dampak absolut yang sama tetapi relatif lebih kecil atau dampak persentase pada profitabilitas untuk tingkat penjualan tertentu. Demikian pula, penurunan harga produk karena strategi pemasaran yang kurang efektif atau diskon harga menghasilkan penurunan absolut yang sama tetapi relatif lebih kecil dalam profitabilitas untuk industri dengan biaya tetap yang tinggi. Hal ini berakibat pada perbandingan cara lain untuk meningkatkan margin keuntungan seperti meningkatkan efisiensi atau mengurangi biaya, peningkatan harga tidak terlalu penting untuk perusahaan dengan biaya tetap tinggi dan lebih penting untuk perusahaan dengan biaya tetap rendah. Bahkan, untuk perusahaan berbiaya tetap rendah, penurunan harga yang signifikan atau diskon harga untuk mempertahankan pangsa pasar dapat dengan cepat mengakibatkan kerugian dan kegagalan keuangan.

Penurunan harga atau diskon relatif tidak terlalu menyakitkan bagi perusahaan dengan biaya tetap tinggi.

Dapat disimpulkan bahwa struktur biaya di sektor pertanian memiliki implikasi yang signifikan dan kuat terhadap keputusan manajemen. Struktur biaya tetap yang tinggi pada perusahaan pertanian mempengaruhi strategi pengendalian biaya, keputusan penetapan harga, dan risiko, serta memperkuat sifat kritis dalam mempertahankan hasil produksi. Struktur biaya juga memiliki implikasi kebijakan industri dengan biaya tetap tinggi akan cenderung memproduksi secara berlebihan dan sering kali membutuhkan suatu bentuk pengendalian output oleh kelompok industri atau pemerintah untuk menjaga stabilitas industri.

DAFTAR PUSTAKA

- J. Price Gittinger. 1982. *Economic Analysis of Agricultural Projects*. United States of America: The Johns Hopkins University Press.
- J. Wilkinson. 2009. 'The Globalization of Agribusiness and Developing World Food Systems'. *Monthly Review*.
- Jeff Schmidt. 2023. 'The Different Types of Cost Structures Incurred by a Business'. *Corporate Finance Institute*. Retrieved 3 May 2023 (<https://corporatefinanceinstitute.com/resources/accounting/cost-structure/>).
- Michael Boehlje. 1993. 'Cost Structure and Control: The Dominant Issues in Farm Management'. *Purdue University*. Retrieved 3 May 2023 (<https://ag.purdue.edu/commercialag/home/paer-article/cost-structure-and-control-the-dominant-issues-in-farm-management>).
- N. Scott. 2003. *Agribusiness and Commodity Risk: Strategies and Management*. London: Risk Books.
- Porter ME. 1980. *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press.
- R. E. Just, and R. D. Pope. 2001. *A Comprehensive Assessment of the Role of Risk in US Agriculture*. Norwell, MA: Kluwer Academic Publishers.
- Tony Hudson, and Mike Krause. 2014. 'Farm Bussiness Cost'. *Grains Research & Development Corporation*. Retrieved 3 May 2023

(https://grdc.com.au/_data/assets/pdf_file/0017/117341/8177-farm-business-costs-fs-pdf.pdf).

William Edwards. 2015. 'Estimating Farm Machinery Costs'. *Iowa State University*. Retrieved 5 May 2023

(<https://www.extension.iastate.edu/agdm/crops/html/a3-29.html>).

BAB 11

ANALISIS DAN STRATEGI PENGELOLAAN LINGKUNGAN AGROBISNIS

11.1 Strategi Pengelolaan dan Agrobisnis

Menurut pendapat Nugroho (2003), bahwa pengelolaan merupakan bahasa yang umumnya digunakan pada bidang ilmu manajemen. Dari segi etimologis, asal kata manajemen yaitu dari bahasa Inggris “management” yang umumnya mengacu pada proses pengelolaan ataupun penanganan terhadap sesuatu dalam rangka tercapainya tujuan tertentu. Dan oleh sebab itu, manajemen merupakan ilmu manajemen, berkaitan dengan proses pengelolaan serta pengolahan sesuatu guna meraih

tujuan tertentu. Sebaliknya menurut Peter Salim dan Yenny Salim (2002), pengelolaan bisa diartikan sebagai proses untuk menunjang perumusan kebijakan serta tujuan membagikan pengawasan pada seluruh hal yang ikut serta dalam penerapan serta pencapaian tujuan.

Strategi pengelolaan merupakan suatu pelaksanaan kegiatan yang sudah direncanakan melalui tahapan-tahapan guna mencapai tujuan. Pemikiran strategis dalam menciptakan penyelesaian masalah yang kreatif serta berbeda bentuknya, akan menjadikan bentuk-bentuk pemecahan dan semakin kecil tingkatan kesalahan yang dapat timbul di masa yang akan datang.

Agrobisnis merupakan kegiatan usaha atau bisnis dengan komoditas menyangkut manufaktur dan distribusi dari saran produksi pertanian atau bidang lainnya yang mendukungnya, berupa ikan dan produk olahan serta barang dan jasa pendukung. Agrobisnis merupakan suatu cara mengelola sektor perikanan atau pertanian sebagai salah satu penggerak perekonomian Indonesia dengan mempelajari teknik bagaimana mengelola bisnis pertanian atau bisnis perikanan, baik perikanan laut maupun air tawar juga.

11.2 Ruang Lingkup Pengelolaan Agrobisnis

Pengelolaan agrobisnis merupakan serangkaian proses penerapan manajemen pada bisnis perikanan “atau pertanian” mulai dari hulu sampai hilir agar lokasi segala sumberdaya dapat efektif dan efisien untuk menghasilkan profit yang berkelanjutan.

Pengelolaan agrobisnis umumnya merupakan pelaksanaan pengelolaan pada “system agrobisnis perikanan atau pertanian”.

11.3 Pentingnya Strategi Pengelolaan Agrobisnis

Dengan memakai pendekatan strategi untuk mengelola, manajer pada segala tingkatan perusahaan dapat berhubungan dalam proses perencanaan serta implementasi.

Agrobisnis sangat berarti untuk pertumbuhan ekonomi Negara. Oleh sebab itu diperlukan perencanaan strategi pada tindakan, investasi serta penataan tujuan pada jangka pendek, menengah, juga pada jangka panjang. Manajer harus mengetahui segala sesuatu yang berkaitan dengan ekonomi dan juga pengelolaan pasar strategis, baik dengan pengalaman professional maupun dengan pengetahuan yang didapat dalam kursus akademis.

Ada beberapa aspek pokok dalam mengatur atau menyusun pengelolaan agrobisnis yaitu :

1. Penyusunan Visi dan Misi Bisnis

Mengembangkan usaha perikanan memerlukan perencanaan visi serta misi yang matang yaitu sebagai tahapan utamanya. Termasuk juga analisis SWOT dari bisnis yang akan dikembangkan.

2. Rencana Pemasaran

Pengelolaan agribisnis memegang peran yang penting, apabila tanpa rencana pemasaran yang matang, produk yang dihasilkan dipastikan tidak akan laku di pasaran. Industri perikanan merupakan salah satu industri yang memiliki resiko kegagalan yang tinggi karena produknya mudah busuk dan apabila sudah busuk maka produk tersebut tidak layak dikonsumsi.

3. Rencana Produksi

Rencana produksi di Bidang manajemen agribisnis merupakan suatu pemanfaatan aset, juga fasilitas perusahaan untuk menghasilkan sesuatu produk. Prinsip pokok yang ditekankan yaitu terkait orientasi pasar, dengan maksud memproduksi atau menciptakan sesuatu produk ataupun jasa yang benar-benar dibutuhkan pasar.

4. Rencana Keuangan

Keuangan merupakan salah satu aspek yang sangat berarti dalam bisnis apapun. Manajemen agribisnis dibutuhkan guna

membuat sesuatu perencanaan keuangan, kemudian akan dilakukan secara bersama-sama para konsultan.

5. Rencana Sumberdaya

Agrobisnis merupakan bisnis perikanan, dimana dalam pelaksanaannya membutuhkan banyak SDM. Proses rekrutment yang banyak ini, akan membutuhkan pengeluaran yang besar pada suatu perusahaan. Dengan menerapkan manajemen usaha/bisnis yang lebih baik, dengan demikian akan menekan keperluan SDM.

11.4. Analisis SWOT dalam Strategi Pengelolaan Agrobisnis

A. Analisis SWOT

Analisis SWOT ialah salah satu cara untuk menentukan sesuatu strategi yaitu dengan menganalisa area internal ataupun eksternal pada industry/perusahaan itu sendiri. Area internal terdiri atas kekuatan, yang dalam bahasa Inggris disebut *strength*, kelemahan yang dalam bahasa Inggris disebut *weaknes*, serta area eksternal antara lain meliputi peluang yang dalam bahasa Inggris disebut *opportunity* serta ancaman yang dalam bahasa Inggris disebut *threats*, yang keseluruhannya disingkat dengan istilah analisis SWOT.

Analisa SWOT juga merupakan salah satu cara atau metode perencanaan strategi, dimana mempunyai fungsi untuk dapat

mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada suatu bisnis ataupun usaha, baik jangka pendek maupun jangka panjang.

Terdapat beberapa pengertian analisis SWOT berdasarkan penjelasan oleh para ahli, antara lain :

1. Rachmat (2014), menjelaskan bahwa analisis SWOT merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk menggambarkan kondisi yang sementara dihadapi oleh organisasi.
2. Dj. Rusmawati (2017), analisis SWOT adalah identifikasi bermacam-macam faktor yang secara sistematis digunakan guna merumuskan strategi pada suatu perusahaan, sehingga secara logik dapat mengoptimalkan kekuatan dan peluang, tetapi juga secara bersama-sama dapat meminimalisir kelemahan dan juga ancaman.
3. Erwin Suryatama yang disitasi Cahyono (2016), analisis SWOT adalah tata cara perencanaan strategis, dimana cara ini digunakan guna mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) pada suatu proyek ataupun spekulasi bisnis. Kemudian dapat dilakukan dengan menganalisis serta memilah bermacam-macam perihal yang dapat mempengaruhi keempat faktor tersebut.

4. Kotler yang disitasi Irawan (2014), analisis SWOT adalah evaluasi terkait semua faktor meliputi kekuatan dan kelemahan, juga peluang serta ancaman.

Analisis ini diterapkan agar bisa memaksimalkan kekuatan juga peluang, kemudian secara bersama-sama juga dapat meminimalisir kelemahan serta ancaman. Analisis seperti ini sangat diperlukan sebelum menyusun sesuatu strategi, setelah itu strategi yang diterapkan menjawab setiap masalah yang ada, faktor kekuatan dimaksimalkan, kemudian peluang yang ada digunakan guna menghindari ancaman. Salah satu dari beberapa proses di dalam konsep bidang manajemen yaitu menyusun aspek penentu suatu keberhasilan, yang diawali dengan menganalisa area strategis meliputi keadaan, situasi, kondisi, peristiwa serta beberapa pengaruh yang bersumber dari dalam ataupun dari luar. Area internal maupun eksternal memiliki dampak juga bagi kehidupan juga kinerja semua komponen yang ikut serta dalam pembangunan terkait kekuatan juga kelemahan internal serta peluang dan tantangan eksternal.

Terdapat 4 Aspek dalam analisis SWOT, ialah:

- *Strengths* (kekuatan)

Ialah kekuatan yang ada dalam suatu organisasi, proyek ataupun konsep bisnis yang ada. Kekuatan yang

umumnya dianalisis pada suatu perusahaan yaitu keunggulan komparatif dalam suatu organisasi.

- *Weakness* (kelemahan)

Ialah kelemahan yang ada dalam suatu organisasi, proyek ataupun konsep bisnis yang ada. Kelemahan yang umumnya dianalisis ialah keterbatasan ataupun kelemahan dalam sumberdaya, ketrampilan (skill) serta kapabilitas yang membatasi kinerja organisasi/perusahaan.

- *Opportunities* (peluang)

ialah kondisi peluang berkembang di masa datang. Kondisi ini merupakan kesempatan atau peluang dari luar organisasi, proyek ataupun konsep bisnis, contohnya kompetitor, kebijakan pemerintah serta keadaan lingkungan sekitarnya.

- *Threats* (ancaman)

Ialah keadaan yang mengancam dari luar. Ancaman ini bisa mengganggu organisasi, proyek ataupun konsep bisnis tersebut.

Rangkuti (2006), pelaksanaan penataan perencanaan strategi di dalam analisis SWOT yaitu melalui 3 tahapan analisis :

1. Tahapan Pengumpulan Data

Pada Tahap ini, pelaksanaan pengumpulan informasi serta data terkait dengan aspek internal dan aspek eksternal organisasi/perusahaan. Aspek internal perusahaan meliputi pemasaran, memproduksi, keuangan dan SDM. Sebaliknya aspek eksternal perusahaan ialah ekonomi, sosial, politik, dan budaya.

2. Tahapan Analisis

Beberapa nilai dari aspek internal dan juga eksternal diuraikan pada diagram SWOT, dan mengurangi nilai Kekuatan dengan nilai Kelemahan dan juga nilai Peluang dengan nilai ancaman. Seluruh data/informasi disusun berbentuk matrik, setelah itu dianalisis guna mendapatkan strategi yang sesuai dalam memaksimalkan upaya guna tercapainya kinerja yang efisien efektif, serta berkelanjutan. Oleh Karena itu, matrik SWOT digunakan agar bisa dianalisis berdasarkan 4 strategi, yang memungkinkan suatu organisasi bergerak maju. Kombinasi yang dapat dipasangkan, apakah strategi *Strenght – Opportunities* (SO), *Weakness – Opportunities* (WO), *Strength – Threats* (ST) atau *Weakness – Threats* (WT).

3. Tahapan Pengambilan Keputusan

Tahapan ini, mengkaji kembali dari 4 strategi yang sudah diformulasikan pada tahap analisis. Kemudian

diambil keputusan untuk memastikan strategi yang relatif menguntungkan, efisien dan efektif untuk organisasi bersumber pada Matriks SWOT serta dapat diambil suatu kesimpulan untuk menyusun suatu rencana strategis yang hendak dijadikan patokan dalam melaksanakan aktivitas berikutnya.

Salah satu dari model analisis SWOT bisa dijelaskan dalam matriks dan yang paling di atas merupakan kolom aspek eksternal peluang dan ancaman atau tantangan. Sedangkan di dalam kolom sebelah kiri merupakan aspek kekuatan-kekuatan serta kelemahan-kelemahan. Keempat kolom tersebut timbul sebagai hasil kolom aspek-aspek eksternal dan aspek-aspek Internal, yang ditunjukkan pada Tabel 1 di bawah ini :

Tabel 11.1 Matrik untuk Model Analisis SWOT

Faktor Lingkungan Internal	
Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Faktor Lingkungan Eksternal	
Peluang (O)	Ancaman (T)

Tabel 11.2 Diagram Matriks SWOT

Internal Eksternal	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)

Peluang (O)	Strategi (SO)	Strategi (WO)
Ancaman (T)	Strategi (ST)	Strategi (WT)

Sumber : Rangkuti, 2006

Strenght – Opportunities (SO), *Weakness – Opportunities* (WO), *Strength – Threats* (ST) atau *Weakness – Threats* (WT).

1. **Strategi Strenght – Opportunities (SO)** merupakan strategi yang menjadikan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan *opportunities* (peluang) dari luar.
2. **Strategi Strenght – Threats (ST)** merupakan strategi yang menjadikan kekuatan dapat mengatasi ancaman.
3. **Strategi Weakness – Opportunities (WO)** merupakan strategi untuk meminimalkan kelemahan guna memanfaatkan peluang.
4. **Strategi Weakness- Threats (WT)** merupakan strategi untuk meminimalkan kelemahan guna menghindari ancaman.

Tabel 11.3 Rangkuman Matriks Internal Kekuatan dan Kelemahan

Faktor Internal (1)	Bobot (2)	Rating (3)	Skor (4)	Keterangan (5)
a. Kekuatan (<i>strength</i>)				
b. Kelemahan				

(<i>weakness</i>)				
Jumlah				

Tabel 11.4 Rangkuman Matriks Eksternal Peluang dan Ancaman

Faktor Eksternal (1)	Bobot (2)	Rating (3)	Skor (4)	Keterangan (5)
a. Peluang (<i>opportunities</i>)				
b. Ancaman (<i>threats</i>)				
Jumlah				

Untuk mengisi kolom pada tabel di atas, baik tabel internal ataupun eksternal, yaitu dengan tahap-tahap sebagai berikut :

1. Mengisi di dalam kolom 1 (bermacam-macam peluang juga ancaman dan kekuatan juga kelemahan).
2. Memberikan bobot pada kolom 2, yaitu dengan skala dari angka 0,0 (tidak penting) sampai dengan 1,0 (paling penting). Jumlah dari keseluruhan bobot tidak boleh lebih dari skor total 1,00
3. Melakukan rating pada kolom 3, dengan skala dari 1 (*poor*) sampai dengan 4 (outstanding).

4. Pada kolom 4, selanjutnya akan didapatkan nilai tertimbang yaitu hasil perkalian antara bobot dan rating. Faktor tersebut adalah penetapan skor yang menjawab hasil dari bobot kemudian dikalikan dengan rating.
5. Memberikan masukan ataupun catatan pada kolom 5, kenapa faktor tersebut dipilih.

B. Matriks Perencanaan Strategi Kuantitatif (QSPM)

Quantitatif Strategis Planning Matrix ialah teknik/metode yang secara objektif bisa menjadikan strategi alternatif pada rank diprioritaskan. Beberapa langkah dalam tahapan pengambilan suatu keputusan dengan QSPM yaitu membuat daftar peluang dan juga daftar ancaman dari aspek eksternal dan kekuatan serta kelemahan dari aspek internal. Langkah-langkah tersebut yaitu :

1. Memberikan pembobotan pada masing-masing aspek internal juga eksternal. Bobot ini terkait dengan bobot yang ada pada matriks IFE dan Matriks EFE.
2. Menulis alternatif strategi yang hendak dievaluasi
3. Menentukan nilai *Attractiveness Score* (AS), jika aspek yang bersangkutan ada pengaruhnya terhadap alternatif strategi yang sementara dipertimbangkan. Kisaran nilai 1 sampai 4, dengan keterangan sebagai berikut:

- nilai 1 = tidak penting
- nilai 2 = agak penting
- nilai 3 = cukup penting
- nilai 4 = sangat penting.

Apabila aspek yang bersangkutan tidak memiliki pengaruh pada alternatif strategi yang sementara dipertimbangkan, maka tidak diberikan nilai AS.

4. Menghitung nilai total, dengan mengalikan antara bobot dan nilai AS.
5. Menjumlahkan nilai total daya tarik *Total Attractiveness Score* (WAS), nilai total tertinggi ialah strategi yang lebih menarik dan paling baik.

Tabel 11.5 Matriks QSP (*Quantitative Strategic Planning Matrix*).

Faktor Kunci	Bobot	Alternatif Strategi					
		Strategi I		Strategi II		Strategi III	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Kekuatan							
Kelemahan							
Peluang							
Ancaman							

Sumber : David, 2006.

Penggunaan matrik diagram pada analisis SWOT akan menggambarkan secara jelas mengenai ancaman dan peluang, selanjutnya disesuaikan dengan kekuatan juga kelemahan yang dimilikinya.

DAFTAR PUSTAKA

- David, F. 2006. Manajemen Strategis: Konsep. Edisi Sepuluh. Jakarta : Salemba Empat.
- Nugroho (2003:19) . Kebijakan Publik Formulasi, Implementasi dan Evaluasi. Jakarta: PT. Elek Media Komputindo.
- Salim , Peter dan Yenny Salim (2002:534). Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer. Jakarta: Modern English Press.
- Rachmat (2014). Manajemen Strategik. Bandung : Pustaka Setia.
- Rangkuti, F (2006). Analisis SWOT. Teknik Membedah Kasus Bisnis. Gramedia Pustaka Utama.

BIODATA PENULIS



Rizki Risanto Bahar, S.Tr., M.M.A.

Dosen Program Studi Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Siliwangi

Penulis lahir di Cianjur tanggal 11 Oktober 1993. Penulis merupakan dosen pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Siliwangi. Penulis menyelesaikan pendidikan D4 pada program studi Budidaya Tanaman Perkebunan di Politeknik LPP Yogyakarta dan melanjutkan S2 pada program studi Manajemen Agribisnis di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Penulis merupakan anggota Asosiasi Agribisnis Indonesia (AAI) yang menekuni bidang Manajemen Agribisnis konsentrasi Industri Pertanian dan Perkebunan serta memiliki pengalaman bekerja sebagai Asisten Tenaga Ahli Manajemen Produksi Tanaman di Lembaga Pendidikan Perkebunan dan *Sustainability Palm Oil Officer* di PT. Smart, Tbk (*Sinarmas Agribusiness and Food*)

BIODATA PENULIS



Amruddin

Lahir dan bersekolah di Makassar. Penulis merupakan dosen tetap Yayasan ber-*homebase* di Pascasarjana (16/6/2022) Program Studi Agribisnis Universitas Muhammadiyah (Unismuh) Makassar dan 2014-2018 menjadi ketua program studi Agribisnis Fakultas Pertanian. Penulis menyelesaikan pendidikan S1 di Fakultas Peternakan UNHAS, S2 di UNM Program Studi Sosiologi dan UIM Program Studi Agribisnis serta menyelesaikan S3 April 2021 di UNM Program Ilmu Sosiologi. Menikah dengan Syahrani (2000) dikaruniai anak, Muh.Fatih (2001), Sabil Khairat (2005) dan Sarah Nabilah (2007). Penulis suka menulis, buku pertama yang diterbitkan adalah Kota Tanpa Maksiat (1995), Mengapa Memilih Pemimpin Islam (2001), Pokok-Pokok Sosiologi Pertanian (2010), serta tahun berikutnya (2011) Kelembagaan, Organisasi dan Kepemimpinan yang diterbitkan Lembaga Penerbitan Unismuh. Beberapa buku kolaborasi diantaranya diterbitkan oleh Global Eksekutif Teknologi adalah Pengantar Manajemen, Manajemen SDM di Era Society 5.0, Pertanian Organik, Dasar-Dasar Bisnis dan Sosiologi Pertanian. Dosen pada matakuliah, Dasar Manajemen, Sosiologi Pertanian, Manajemen Agribisnis, Modal Sosial, Agribisnis Peternakan, Ekonomi dan Sumber Daya Lingkungan, Manajemen Strategi Agribisnis.

BIODATA PENULIS



Ir. Roosganda Elizabeth, M.Si., MS.PNLP.
BRIN

GoogleScholar:roosimanru@yahoo.com;roosimanru@gmail.com

Orcid : 0000-0003-4937-9739

SCOPUS ID : 57218892768

SINTA ID : 6671403

Penulis lahir September 29, 1966, berkarya nyata sebagai peneliti ASN – Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN) di bidang Pemberdayaan dan Inovasi Kompetensi SDM, Kelembagaan, Sosial Ekonomi Manajemen Bisnis dan Agribisnis, Ekonomi Khusus, Kerakyatan dan Kreatif, Pengabdian Masyarakat, Founder Start Up, Dewan Komisaris Perkebunan Swasta Nasional, Mitra Bestari, Reviewer, dan Editor anggota Tim Dewan Redaksi dan Editorial Board beberapa publikasi dan jurnal. Aktif menulis karya tulis ilmiah (KTI) di berbagai publikasi nasional dan internasional; berkarya nyata sebagai fungsionalis dan pengurus aktif di beberapa organisasi dan profesi ilmiah. Ber-orientasi sektor publik dengan menyelaraskan keberpihakan dan pendampingan. Pembimbing Mahasiswa agar mampu menyelesaikan tugas akhir, skripsi, tesis, disertasi berkualitas dan sempurna agar segera mampu memanfaatkan keilmuannya di masyarakat dan lingkungan luas

dengan kompetensi, qualified, bernilai jual tinggi dan bertanggungjawab serta ber-ahlak, ber-attitude, menjunjung tinggi dan komit melaksanakan etika dan norma empati, simpati dan toleransi dalam bermasyarakat yang majemuk dan beragam, untuk dan supaya mampu menuliskan, mendiseminasikan, mensosialisasikan dan menyebarluaskan hasil karya nyata mereka kepada masyarakat luas (nasional dan internasional) melalui karya tulis ilmiah, artikel, deskripsi dan statement ilmiah dan populer yang kompeten, bertanggungjawab, bermanfaat tinggi dan luas.

BIODATA PENULIS



Sari Anggarawati

Penulis lahir di Bangkalan tanggal 6 April 1965. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Nusa Bangsa. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Program Studi Agribisnis-Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian di Institut Pertanian Bogor dan melanjutkan S2 pada Program Studi Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan di Universitas Nusa Bangsa. Penulis menekuni bidang Agribisnis, mengajar mata kuliah Ekonomi Pertanian, Manajemen Agribisnis, Ilmu Usahatani, Dasar-dasar Agribisnis, Komunikasi dan Perilaku Konsumen, *Urbang Farming* serta Agrowisata.

Penulis juga aktif sebagai tenaga ahli di beberapa konsultan swasta maupun BUMN (Sucofindo dan di Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi, Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, Badan Nasional Pengelola Perbatasan dan lain-lain. Penulis memiliki pengalaman sebagai auditor untuk penilaian Pengelolaan Hutan Lestari dan Auditor Lingkungan. Penulis juga menjadi salah satu penulis di *book chapter* Paradigma Agribisnis, Pengantar Ilmu Pertanian, Perilaku Konsumen, Ekonomi Pertanian,

Kepariwisata dan Perencanaan Agribisnis Pertanian Berkelanjutan.

BIODATA PENULIS



Dr. Abdurohim, SE, MM.

Kelahiran Cirebon (Jawa Barat) 12 April 1964, berkecimpung sebagai praktisi Perbankan selama 31 tahun pada PT. Bank Papua, dengan jabatan terakhir *Vice President* pada Divisi Perencanaan Strategis (Renstra)

Keahlian yang dimiliki adalah Audit Perbankan, Perencanaan Strategis, Pemasaran, *Manajemen Human Capital*, Penyusunan BPP & SOP dan Struktur Organisasi Perusahaan Perbankan.

Pendidikan Doktor (S3) Ilmu Manajemen dari **Universitas Cendrawasih** (2017), **Pendidikan Magister Manajemen (S2)**-Manajemen Keuangan, dari **Universitas Hasanudin** (2003), dan **Pendidikan Sarjana (S1)** Manajemen Keuangan & Perbankan dari **STIE YPKP Bandung** (1989).

Saat ini sebagai pengajar/dosen Lektor pada **Universitas Jenderal Achmad Yani, Cimahi, Jawa Barat**. Telah menyelesaikan penulisan buku (Kolaborasi) sebanyak: **70 buah Book Chapter**.

E-Commerce (Strategi dan Inovasi Bisnis berbasis Digital), Analisa Laporan Keuangan, Anggaran Operasional Perusahaan Manufaktur, Bank dan lembaga Keuangan Lainnya, Etika Bisnis Suatu Pengantar, HRM in Industry 5.0, Isu-Isu Kontemporer Akuntansi Manajemen, Kesehatan Lingkungan suatu pengantar, Knowledge Management, Marketing Tourism Service, Menakar Ekonomi masa pademi & New normal, New Normal Era Edisi II, Operations Management, Tantangan Pendidikan Indonesia di Masa depan, Teori dan Praktik Manajemen Bank Syariah Indonesia, The Art of Branding, Pasar Modal Syariah, Manajemen Pemasaran (Implementasi Strategi Pemasaran di Era Society 5.0). Perencanaan & Simulasi Bisnis, Manajemen Strategi, *Business Sustainability*, *eCommerce*, Mencari wajah pembangunan di Indonesia, *Business Intelligence*, *Digital Economy e Government*, Analisa Laporan Keuangan, Metode Penelitian Kualitatif, Pengantar Manajemen, Manajemen Konflik, Sistem Transaksi Keuangan, Kebijakan Perpajakan di Indonesia, Keuangan Daerah (Perencanaan & Anggaran Daerah), Konsep dasar Akuntansi, *Financial Technology*, HRM: Perencanaan & Rekrutmen SDM

Telah mengikuti pendidikan/Lulus: **Sekolah Pimpinan Bank (Sespibank), Sekolah Pemimpin Cabang, Manajemen Risiko level 4, Keuangan Berkelanjutan (SDGs)**.

Bersertifikat : Dosen Profesional (Serdos)

Anggota : *Project Management Office* Indonesia (POPI)

Email : Abdurrohim@mn.Unjani.ac.id

BIODATA PENULIS



Tesalonika Kezia Risakotta, S.Pi, M.Si

Dosen Program Studi Sosial Ekonomi Perikanan
Fakultas Perikanan Universitas Lelemuku Saumlaki

Penulis lahir di Ambon tanggal 18 Mei 1994. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Sosial Ekonomi Perikanan Universitas Lelemuku Saumlaki. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Agrobisnis Perikanan Universitas Pattimura dan melanjutkan S2 pada Jurusan Manajemen Sumberdaya Kelautan dan Pulau-pulau Kecil Universitas Pattimura. Penulis berhasil menamatkan pendidikan magisternya di usia 25 tahun. Sekarang penulis sedang menekuni dunia menulis dan buku ini merupakan tulisan kolaborasi pertamanya dalam bidang Agrobisnis.

BIODATA PENULIS



Dr. Rokhman Permadi, S.P., M.P
Dosen Program Studi Agribisnis
Universitas Darwan Ali

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

BIODATA PENULIS



Yusmia Widiastuti, SP, MM

Dosen Program Studi Agroteknologi

Fakultas Pertanian dan Perikanan Universitas 17 Agustus 1945
Banyuwangi

Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Agroteknologi Fakultas Pertanian dan Perikanan , Universitas 17 Agustus 1945 Banyuwangi. Menyelesaikan pendidikan S1 di Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian dan S2 pada Program Pasca Sarjana Universitas Jember. Dan saat ini sedang meneruskan studi S3 pada Program Studi Ilmu Pertanian Universitas Brawijaya

Penulis menekuni bidang Agribisnis, mengajar mata kuliah Dasar Manajemen, Ekonomi Pertanian, Manajemen Agribisnis, Pemasaran Hasil Pertanian, dan Statistika.

Di luar kegiatan akademik, memiliki dunia lain dalam bidang seni, terutama seni musik dan seni vokal. Dan saat ini menjadi pembina UKM Paduan Suara SUARA WANGI TIMUR Universitas 17 Agustus

1945 Banyuwangi. Hasil karya seninya dapat ditemui di berbagai platform media sosial, seperti Youtube dan Spotify. Penulis bisa dijangkau melalui media sosial IG @yusmiawjauhari

BIODATA PENULIS



Nurul Risti Mutiarasari, S.P., M.Si

Dosen Program Studi Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Siliwangi

Penulis lahir di Bandung tanggal 4 juni 1992. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Siliwangi (UNSIL) Tasikmalaya. Lulus program S-1 Agribisnis Universitas Padjadjaran (UNPAD) Bandung pada tahun 2014, dan melanjutkan studi Program S-2 Magister Sains Agribisnis Institut Pertanian Bogor (IPB University) lulus pada 2017. Penulis juga aktif menerbitkan jurnal ilmiah dan aktif sebagai pengurus Perhimpunan Ekonomi Pertanian Indonesia (PERHEPI) Komisariat Daerah Tasikmalaya serta sebagai anggota Asosisasi Agribisnis Indonesia (AAI). Penulis dapat dihubungi melalui email: nurulristim@gmail.com.

BIODATA PENULIS



Deby M Kewilaa,S.Pi.,M.Si

Penulis dilahirkan di Bogor pada tahun 1986. Gelar sarjana perikanan strata 1 diperoleh dari Fakultas Perikanan dan Kelautan Universitas Pattimura akhir Tahun 2004. Gelar master strata 2 Program Studi Kelautan di peroleh dari Program Pascasarjana Ilmu Kelautan Universitas Pattimura Ambon. Sejak 2015 penulis terdaftar sebagai dosen tetap pada Universitas Lelemuku Saumlaki. Pengalaman kerja penulis diantaranya adalah Ketua Program Studi Bahasa Inggris Tahun 2018 - 2019, Kaprodi Ekonomi Pembangunan Tahun 2020 dan Ketua Program Studi Akuakultur Tahun 2022.