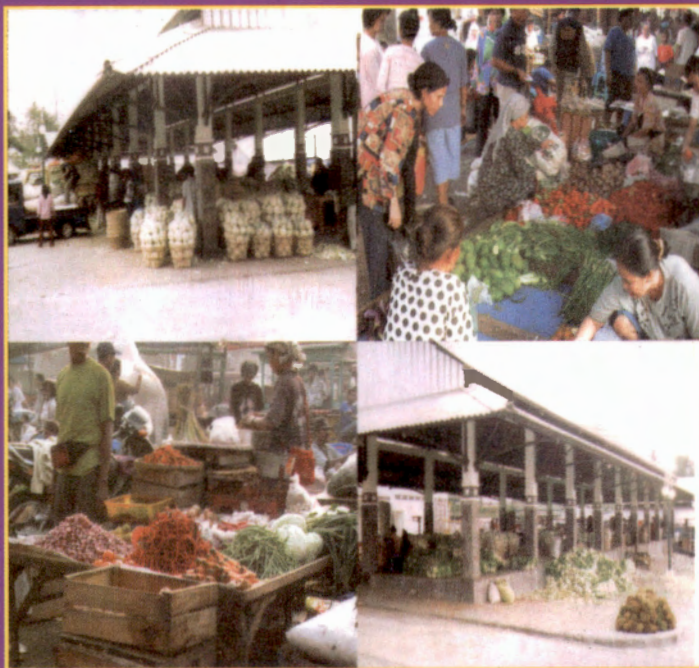


Pedoman Pengembangan Terminal dan Sub Terminal Agribisnis



Direktorat Jenderal Bina Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian
DEPARTEMEN PERTANIAN
Jakarta, Agustus 2004



Pedoman Pengembangan Terminal dan Sub Terminal Agribisnis



Direktorat Jenderal Bina Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian
DEPARTEMEN PERTANIAN
 Jakarta, Agustus 2004

KATA PENGANTAR

Memahami akan perlunya perhatian yang sungguh-sungguh mengenai masalah pemasaran hasil-hasil pertanian di Indonesia, Departemen Pertanian Cq. Direktorat Jenderal Bina Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian sejak awal tahun 2000-an telah mengembangkan konsep pembangunan kelembagaan pemasaran berupa Terminal Agribisnis (TA) dan Sub Terminal Agribisnis (STA). Dalam rangka sosialisasi dan mendorong pembangunan TA/STA tersebut telah diterbitkan Buku Pedoman Pengembangan TA/STA yang disebarluaskan ke seluruh Propinsi dan Kabupaten di Indonesia.

Berdasarkan perkembangan di lapangan, dari hasil pemantauan dan evaluasi pembangunan TA/STA di berbagai wilayah selama ini, dalam rangka lebih meningkatkan peranan TA/STA dalam pencapaian tujuan pembangunan pertanian, maka dipandang perlu untuk meninjau kembali Pedoman Pengembangan TA/STA yang telah ada yaitu khususnya pada bagian Tugas dan Fungsi TA/STA.

Pedoman ini merupakan penyempurnaan terhadap Pedoman Pengembangan TA/STA yang telah ada tersebut, dan agar menjadi acuan



bagi berbagai pihak dalam merencanakan, melaksanakan dan mengevaluasi pembangunan/pengembangan TA/STA di Indonesia.

Atas perhatian, saran dan masukan dari berbagai pihak diucapkan terima kasih.

Jakarta, Agustus 2004

*Direktur Jenderal Bina Pengolahan
Dan Pemasaran Hasil Pertanian*



Dr. Ir. Hj. Delima Hasri Azahari, MS

NIP : 080 038290

2



DAFTAR ISI

PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Pengertian Terminal dan Sub Terminal Agribisnis	7
1.3. Tugas dan Fungsi TA dan STA	8
1.3.1. Tugas TA dan STA	8
1.3.2. Fungsi TA dan STA	9
1.4. Manfaat dan Tujuan Pembangunan TA dan STA	14
1.4.1. Manfaat Pembangunan TA dan STA	14
1.4.2. Tujuan Pembangunan TA dan STA	16
II. RANCANG BANGUN TA DAN STA	20
2.1. Komponen Utama TA dan STA	20
2.2. Kelembagaan	21
2.3. Prasarana dan Sarana Fisik	22
2.4. Kegiatan	23
2.5. Mekanisme dan Hubungan Kerja	24
III. SKENARIO PEMBANGUNAN TA DAN STA	29
3.1. Tahapan/Fase Pengembangan TA dan STA	29
3.2. Pola Pembangunan TA dan STA	36
IV. STRUKTUR ORGANISASI TA DAN STA	39
V. PENUTUP	42
LAMPIRAN	





I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pembangunan pertanian bertujuan mewujudkan kesejahteraan masyarakat melalui pembangunan seluruh sub sistem agribisnis. Mulai dari sub sistem budidaya (*on farm*), pasca panen hingga pengolahan dan pemasaran hasil pertanian baik produk segar maupun olahan. Dalam rangka mencapai tujuan tersebut maka sasaran yang hendak dicapai adalah meningkatnya kesejahteraan petani serta meningkatnya produksi hasil-hasil pertanian dalam rangka ketahanan pangan, pengembangan industri di dalam negeri dan ekspor.

Upaya-upaya yang yang ditujukan untuk mendorong usaha agribisnis, pada masa lampau telah banyak dilakukan, antara lain dengan pengembangan kelembagaan yang secara langsung berhubungan dengan petani, baik kelembagaan petani maupun kelembagaan yang memberikan pelayanan bagi para petani khususnya di sentra-sentra produksi pertanian. Namun, berbagai kelembagaan yang dikembangkan tersebut lebih difokuskan terutama dalam rangka peningkatan produksi. Sedangkan, sebagai suatu unit usaha, agribisnis tidak cukup dengan adanya sistem



produksi yang kuat tetapi juga diperlukan adanya sistem pemasaran yang tangguh serta efisien.

Sekalipun petani baik secara sendiri-sendiri maupun kelompok telah mampu melakukan upaya produksi dengan baik dan efisien namun pada kenyataannya hasil usaha yang dinikmati oleh para petani pada umumnya belum cukup optimal. Salah satu sebabnya yang utama adalah karena belum terbangunnya subsistem pemasaran secara baik dan adil. Hal tersebut diindikasikan oleh informasi pasar yang asimetris dan lemahnya posisi tawar petani (produsen) terhadap para pelaku pasar lainnya. Sementara itu, mengingat penguasaan lahan yang sempit, produksi per petani sedikit, dan lokasi usahatani yang pada umumnya cukup jauh dari pasar maka tidaklah efisien jika petani memasarkan produknya sendiri-sendiri.

Dengan perkataan lain dapat disimpulkan bahwa kurangnya perhatian terhadap aspek pemasaran hasil pada masa lampau mengakibatkan kurang optimalnya usaha agribisnis yang dilakukan oleh para petani. Sering kali pada suatu saat di daerah sentra produksi seolah terjadi "over produksi" sehingga harganya anjlok dan hasil panen terbuang-buang, sementara daerah lain membutuhkan, dan disaat yang lain terjadi kelangkaan komoditas



tertentu karena tidak adanya signal pasar yang memadai bagi para petani.

Mengingat hal tersebut di atas, maka perlu dikembangkan suatu sistem pemasaran yang lebih adil dan efisien untuk hasil-hasil pertanian, antara lain yaitu dengan mengembangkan kelembagaan pemasaran yang secara ideal dibangun dari, oleh dan untuk para petani produsen yang bersangkutan. Bentuk kelembagaan pemasaran tersebut ialah berupa Sub Terminal Agribisnis (STA) yang dibangun pada pusat-pusat (sentra) produksi dan Terminal Agribisnis (TA) yang dibangun pada pusat-pusat (sentra) konsumen.

Dengan konsep pengembangan sistem pemasaran dan kelembagaan pemasaran seperti tersebut di atas maka diharapkan para petani sebagai pelaku utama agribisnis dapat menikmati hasil usahanya secara optimal, sehingga akan mendorong usaha agribisnis yang lebih maju serta bersemangat dan pada gilirannya secara nyata meningkatkan kesejahteraan petani serta pelaku agribisnis pada umumnya.

Pembangunan dan pengembangan TA dan STA juga didorong oleh:



- (1) Perkembangan atau perubahan permintaan konsumen yang menuntut kemudahan untuk mendapatkan produk berkualitas, kemasan menarik dan aman dikonsumsi.
- (2) Pesatnya perkembangan pusat-pusat konsumsi terutama di kota-kota besar, tumbuhnya pasar-pasar swalayan (supermarket, hypermarket, minimarket), restoran, hotel-hotel, rumah sakit, industri pengolahan, jasa boga, distributor, dan eksportir yang memerlukan produk berkualitas tinggi dan konsisten.
- (3) Globalisasi perdagangan dengan kemajuan teknologi komunikasi dan informasi yang pesat mengakibatkan pasar domestik menjadi bagian dari pasar internasional, dan persaingan pasar yang semakin ketat. Hal ini menuntut efisiensi usaha pada setiap sub sistem dalam sistem agribisnis, termasuk didalamnya efisiensi dalam pemasaran hasil-hasil pertanian, baik produk segar maupun olahan.

Di samping itu pengembangan TA dan STA juga diperlukan dalam rangka memperbaiki mekanisme pemasaran hasil pertanian yang kondisinya saat ini umumnya adalah sebagai berikut :



- (1) Lemahnya posisi tawar petani produsen, yang umumnya disebabkan oleh sifat alamiah komoditi pertanian yang mudah rusak, musiman, heterogen dalam ukuran, volume besar (*bulky*) dan mutu rendah serta lemahnya kondisi sosial-ekonomi, sehingga kurang memungkinkan terciptanya suatu transaksi yang adil.
- (2) Biaya transaksi yang relatif besar, yang ditunjukkan oleh relatif besarnya selisih harga yang diterima petani produsen dengan harga yang dibayar oleh pengolah, pedagang atau konsumen.
- (3) Penguasaan informasi tidak sama (*asimetris*) antara petani produsen dengan pembelinya. Keadaan ini menyebabkan pembeli berada pada posisi penentu harga.
- (4) Struktur pasar oligopsonistik yang mendorong pembeli berada pada posisi penentu harga.
- (5) Adanya faktor eksternalitas yang menyebabkan kegagalan pasar.
- (6) Keterkaitan fungsional antara petani produsen, pedagang, pengolah dan distributor tidak disertai dengan keterkaitan kepentingan dan keterkaitan organisasi, yang dapat



menyebabkan hambatan serius dalam kontinuitas bahan baku untuk agroindustri.

- (7) Perubahan harga ditingkat konsumen belum bisa direfleksikan pada harga di tingkat produsen, sehingga produsen tidak bisa menyesuaikan diri dengan permintaan pasar. Akibatnya rangsangan bagi produsen kurang sehingga dapat menyebabkan alokasi sumberdaya yang tidak efisien.
- (8) Kurangnya infrastruktur dan institusi pelayanan pemasaran yang dapat menghambat kelancaran distribusi komoditi dan produk olahan pertanian serta pengendalian pasokan.

Perbedaan sifat alamiah komoditi dan produk hasil pertanian, kegunaan dan pasar produk, sosial-budaya masyarakat, perilaku pelaku agribisnis memberikan petunjuk bahwa strategi pengembangan sistem pemasaran tidak mungkin dilakukan secara seragam untuk setiap lokasi dan komoditi, termasuk institusi pelayanan pemasarannya, karena itu, model TA dan STA dapat beragam menurut jenis komoditi, lokasi, waktu, pemilikan dan pengelola serta model pengembangan agribisnisnya.



1.2. Pengertian Terminal Agribisnis dan Sub Terminal Agribisnis

Terminal Agribisnis (TA) adalah suatu lembaga pemasaran hasil pertanian yang berada pada sentra konsumen dan dilengkapi dengan fasilitas untuk penerimaan, penyimpanan, penjualan, sistem informasi dan sarana distribusi komoditas pertanian baik untuk pasar domestik maupun ekspor. Terminal Agribisnis dikelola secara profesional serta mempunyai keterkaitan yang erat secara sinergis dengan subsistem agribisnis lainnya. Sub Terminal Agribisnis (STA) adalah suatu lembaga pemasaran hasil pertanian yang berada pada sentra produksi pertanian yang dilengkapi dengan sarana/prasarana penanganan pasca panen, sistem informasi dan distribusi komoditas pertanian. Sub Terminal Agribisnis dikelola secara profesional serta mempunyai keterkaitan erat secara sinergis dengan program agribisnis yang dilakukan oleh para petani di wilayah (sentra produksi) yang bersangkutan. Oleh sebab itu maka STA secara ideal dibangun oleh dan untuk para petani yang bersangkutan.



1.3. Tugas dan Fungsi TA dan STA

1.3.1. Tugas TA dan STA

Tugas Terminal dan Sub Terminal Agribisnis meliputi antara lain adalah :

- (1) Melakukan riset pasar guna menentukan jenis-jenis komoditas yang potensial untuk dikembangkan oleh petani, termasuk desain produk dan mutu.
- (2) Memberikan informasi pasar kepada pelaku agribisnis khususnya kepada para petani dan pedagang terkait serta membantu para petani dalam merencanakan pola tanam/pola produksi.
- (3) Mempromosikan produk-produk hasil pertanian.
- (4) Mengembangkan sistem penjualan dan menyelenggarakan mekanisme penjualan hasil-hasil pertanian.
- (5) Menyelenggarakan koordinasi antara petani, pemerintah dan pengusaha terkait dalam mengembangkan usaha agribisnis.
- (6) Mengembangkan sistem jaringan pemasaran hasil-hasil pertanian.
- (7) Menyelenggarakan pelatihan dan magang bagi pelaku agribisnis dalam mengembangkan dan meningkatkan usaha agribisnis.



1.3.2. Fungsi TA dan STA

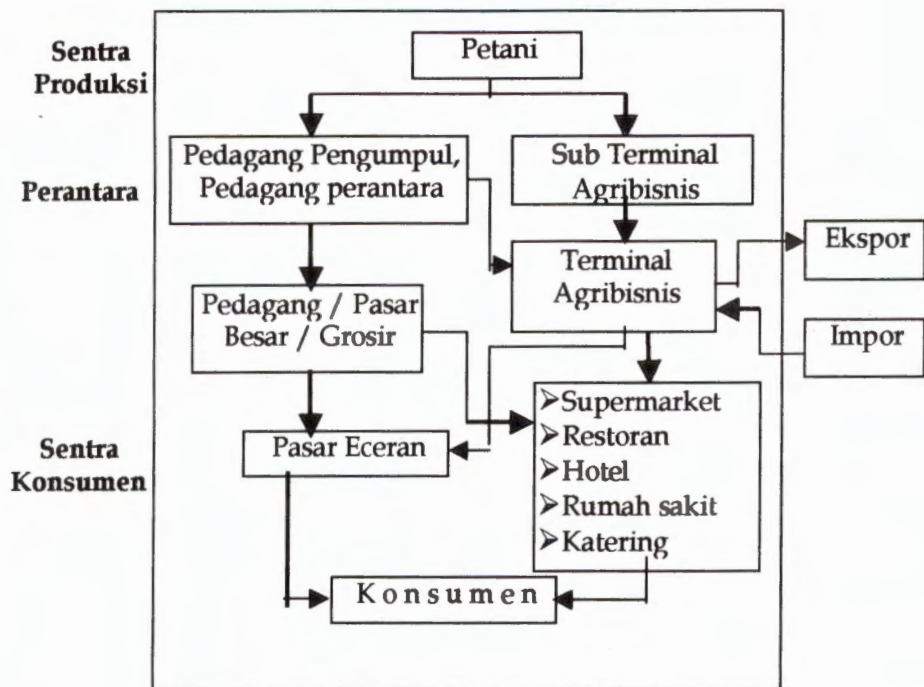
Sesuai dengan tugas tersebut di atas maka fungsi TA dan STA adalah sebagai suatu lembaga pemasaran yang memberikan pelayanan kepada pelaku usaha agribisnis khususnya dalam bidang pemasaran (riset pasar, informasi, promosi, penjualan dan distribusi). Di samping itu khususnya STA berfungsi sebagai packing house bagi produk-produk pertanian yang akan dipasarkan. Sedangkan TA selain fungsi tersebut diatas juga dapat berfungsi sebagai gudang sementara sebelum produk didistribusikan lebih lanjut (*distribution center*).

Sistem TA dan STA dikonseptualisasikan untuk menjadi alternatif sekaligus bentuk kongkrit pengembangan dan peningkatan dari sistem pemasaran konvensional. TA dan STA dipandang sebagai alternatif karena memang tidak diarahkan untuk menggantikan sama sekali seluruh sistem pemasaran yang sudah ada, tetapi diarahkan untuk mampu melayani kebutuhan yang berbeda dari konsumen yang berbeda. Dipandang sebagai pengembangan karena dalam sistem TA dan STA diterapkan berbagai perangkat dan pengaturan pemasaran modern yang sulit diharapkan dapat diperoleh dari sistem yang konvensional.



Seperti dapat dilihat pada Gambar 1.1. dalam sistem TA dan STA petani akan diarahkan untuk memproduksi produk yang bermutu, terutama melalui peningkatan teknologi. Penanganan pasca panen (sortasi, pembersihan, pengemasan) diharapkan dapat dilakukan dengan baik pada STA. STA juga akan berperan dalam mendukung pengembangan teknologi petani melalui pemberian informasi, selain sebagai pusat informasi harga dan pasar. STA tersebut kemudian menjualkan produk petani di TA sebagai pasar grosir/pusat perdagangan atau konsumen lainnya. Jika STA dimiliki oleh koperasi primer yang beranggotakan petani, maka TA diharapkan dapat dimiliki oleh koperasi sekundernya.





Gambar 1.1. Sistem TA dan STA

TA merupakan pasar grosir dan kelembagaan pemasaran yang memberikan berbagai jasa pelayanan pemasaran. TA dibangun di sekitar sentra konsumsi dan diarahkan untuk mampu melakukan seluruh fungsi dan pelayanan perdagangan dan pemasaran modern (pengemasan, penyimpanan, 'custom',

transaksi, pembayaran, dll), baik untuk produk yang diperdagangkan pada pasar domestik maupun internasional.

Konsumen TA terutama adalah lembaga perdagangan/pemasaran yang membeli dengan skala besar, membutuhkan kualitas yang tinggi, dengan keragaman jenis produk yang cukup tinggi; yaitu supermarket, restoran, hotel, rumah sakit, jasa katering, dan sebagainya.

Dalam sistem TA dan STA tersebut keberadaan sistem pasar konvensional tidak dihilangkan. Petani tetap dapat menjual produknya ke pedagang pengumpul atau pedagang perantara. Demikian juga peran pedagang grosir, dan pedagang eceran pada sistem pasar konvensional. Bahkan para pelaku usaha pada sistem konvensional tersebut dapat pula bertransaksi dengan TA dan STA. Hal yang akan menjadi proses 'seleksi' adalah kemampuan untuk melayani konsumen dengan lebih baik, mampu memberikan mutu produk dan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen, dengan harga yang memadai.

Adakalanya TA/STA memiliki identitas berdasarkan komoditas utama yang ditangani, walaupun sebenarnya setiap TA/STA memperdagangkan lebih dari satu komoditas. Misalnya, jika TA yang dibangun di Kendari utamanya melakukan kegiatan



pemasaran ikan, maka TA Kendari dapat disebut TA ikan. Sedangkan salah satu STA di Sumatera Utara disebut STA Sayur dan Buah karena utamanya memperdagangkan kedua komoditas tersebut. Hal ini sangat erat kaitannya dengan pembangunan fasilitas bagi masing-masing TA/STA tersebut. Dengan demikian, pembentukan beberapa TA/STA didasarkan pada skala optimal jumlah konsumen dan produsen yang dilayaninya. Hal ini juga untuk menjaga agar konsumen dari berbagai wilayah terlayani dengan baik dan tidak terjadi penumpukan di satu tempat yang menyebabkan kemacetan atau in-efisiensi.

Di samping memasarkan produk dalam negeri, TA juga dapat memperdagangkan produk impor agar pembeli mendapat berbagai jenis produk yang dibutuhkan. Oleh sebab itu fasilitas yang dimiliki TA harus cukup lengkap dan arealnya pun harus relatif luas. Hal ini membutuhkan investasi pengembangan yang relatif besar. Investasi tersebut dapat bersumber dari pemerintah, koperasi, swasta maupun pinjaman luar negeri. Sementara pemilik atau pelaksana TA dapat terdiri dari pemerintah, swasta atau koperasi.



1.4. Manfaat dan Tujuan Pembangunan TA dan STA

1.4.1. Manfaat Pembangunan TA dan STA

TA dan STA sebagai institusi pemasaran diharapkan dapat bermanfaat untuk :

- (1) Meningkatkan pendapatan bagi para petani produsen, pedagang dan pengolah melalui perolehan nilai tambah dari kegiatan grading, sortasi, pengemasan, pengolahan, dan perbaikan distribusi serta pelayanan pemasaran hasil agribisnis.
- (2) Memperlancar kegiatan dan meningkatkan efisiensi pemasaran komoditas agribisnis melalui :
 - a. pemberian kesempatan dan tempat bagi para petani produsen untuk menjual hasil produksinya serta tempat bagi pedagang, dan pengolah untuk membeli produk pertanian,
 - b. pemusatan distribusi (lokal, regional, antar pulau, dan antar negara),
 - c. perbaikan struktur dan kelembagaan pasar, cara transaksi dan jaringan pemasaran, penyebaran informasi dan promosi produk hasil-hasil agribisnis,



- d. pembangunan dan pengembangan jaringan kerja pemasaran antara : TA-TA; TA-STA, dan STA-STA.

(3) Mempermudah pembinaan mutu hasil agribisnis melalui :

- a. Tansfer teknologi, baik teknologi produksi, maupun pasca panen, pengolahan dan pengemasan,
- b. Penyediaan air bersih, es, gudang, *cool room*, *cold storage* sesuai dengan kebutuhan,
- c. Penyediaan fasilitas perkarantinaan dan bea cukai untuk kepentingan ekspor hasil-hasil agribisnis.

(4) Mengubah pola pikir petani kearah pola pikir agribisnis.

STA menjadi wadah bagi pelaku agribisnis untuk merancang bangun pengembangan agribisnis, mensinkronkan kebutuhan dan permintaan pasar dengan manajemen lahan, pola tarian dan target produksi serta menentukan kebutuhan sarana produksi dan permodalan serta jumlah dan kualitas tenaga kerja yang dibutuhkan.

(5) Meningkatkan keunggulan bersaing produk hasil-hasil agribisnis melalui :



- a. Pengembangan produksi didasarkan atas prospek pasar.
 - b. Efisiensi dalam produksi dan pemasaran,
 - c. Peningkatan dan jaminan mutu produk,
 - d. pengendalian pasokan, ketepatan waktu penyampaian (*time delivery*).
- (6) Meningkatkan pendapatan asli daerah melalui peningkatan perolehan dari restribusi dan pajak tak langsung lainnya yang diakibatkan oleh meningkatnya usaha dan kesejahteraan masyarakat

Dengan demikian baik TA maupun STA diharapkan dapat berfungsi sebagai “*growth center*” (sumber pertumbuhan baru) yang menggerakkan ekonomi kerakyatan.

1.4.2. Tujuan Pembangunan TA dan STA

(1) Meningkatkan Efisiensi Pemasaran.

Mengingat penguasaan lahan yang sempit, produk yang dihasilkan oleh setiap petani relatif sedikit, dan lokasi usahatani



pada umumnya relatif jauh dengan pasar maka tidaklah efisien apabila masing-masing petani melakukan kegiatan pemasaran produknya sendiri-sendiri. Oleh sebab itu maka peranan STA/TA sebagai lembaga pemasaran bagi produksi petani dari suatu hamparan sentra produksi yang cukup luas akan sangat bermanfaat dalam rangka efisiensi pemasaran hasil-hasil pertanian di wilayah yang bersangkutan. Dengan adanya lembaga pemasaran ini maka petani dapat lebih fokus kepada kegiatan produksi, sedangkan pasar dan harga yang layak bagi produk yang dihasilkan relatif terjamin dengan adanya keterkaitan program secara sinergis antara STA/TA dan kegiatan produksi.

(2) Memperkuat Posisi Rebut Tawar Petani

Apabila upaya pemasaran semakin baik dan efisien, maka perilaku pasar menjadi lebih pasti, sehingga petani produsen diharapkan akan mendapatkan bagian keuntungan yang lebih baik. Posisi rebut tawar petani produsen (*bargaining position*) akan meningkat.

(3) Sumber Informasi Harga

Dengan sistem transaksi yang adil, dimana akses informasi pasar di antara pelaku pasar sudah relatif baik, maka diharapkan



akan terwujud mekanisme pembentukan harga yang transparan dan mencerminkan kekuatan pasar, sehingga petani juga akan menerima tingkat harga yang wajar. Dengan harga yang wajar diharapkan petani produsen akan dapat lebih bergairah dalam meningkatkan produksi dan kualitasnya, sehingga pendapatannya akan lebih baik. Dalam rangka penyediaan informasi yang lengkap, mutakhir dan mudah, maka perlu dibangun jaringan sistem informasi antara TA dan STA, pasar tradisional serta berbagai konsumen lembaga untuk produk-produk berbasis agribisnis. Untuk mendukung hal tersebut, maka sistem informasi pasar yang dimaksud perlu difasilitasi dengan perangkat komputer.

(4) Meningkatkan Nilai Tambah Produk

Dengan tersedianya berbagai sarana pendukung penanganan pasca panen (penyimpanan, grading, pengemasan dan lain-lain), maka kualitas produk yang dipasarkan akan lebih baik sehingga dapat meningkatkan nilai jual dan diversifikasi produk sesuai dengan permintaan pasar.

(5) Menambah Segmentasi Pasar

Dengan meningkatnya efisiensi pemasaran, maka pasar akan mampu melayani keperluan yang lebih luas, seperti : pasar ekspor,



pasar swalayan, hotel dan restoran, perdagangan antar pulau dan sebagainya.

(6) Meningkatkan Mutu dan Sanitasi Pasar

Dengan adanya keterkaitan program antara kegiatan pemasaran (riset pasar, promosi, distribusi dan penjualan) yang dilakukan oleh STA/TA dan usaha produksi yang dilakukan oleh petani, maka sejak awal secara rinci dapat dipilah kegiatan-kegiatan apa saja yang dilakukan pada unit usaha produksi (on farm) dan kegiatan-kegiatan apa yang dilakukan di pasar. Berdasarkan program yang sinergis itu, maka kegiatan pengaturan produksi (*scheduling*), perencanaan komoditi dan penanganan pasca panen termasuk sortasi, pembersihan/pencucian dan grading dapat dilakukan pada tingkat usahatani (petani), sedangkan kegiatan pengepakan dan disain produk (*product design*) lebih lanjut dapat dilakukan di STA/TA. Dengan demikian maka akan mengurangi limbah dan kotoran yang terbawa ke pasar atau pusat-pusat konsumen.

(7) Pembinaan Pelaku Pasar

Lembaga pemasaran ini diharapkan juga berfungsi sebagai media baik langsung maupun tidak langsung untuk pembinaan para



pedagang. Dengan contoh yang baik sehari-hari maupun melalui program pelatihan secara khusus, maka kemampuan para pedagang dapat ditingkatkan.

(8) Pengendali Pasokan

Sering terjadi pada panen raya harga komoditi hasil pertanian jatuh dengan sangat tajam disebabkan over produksi, sehingga petani dirugikan. Untuk menghindari hal tersebut, maka TA/STA berperan dalam pengendalian pasokan antara lain dengan menyusun program produksi (pola tanam) bersama dengan para petani yang bersangkutan.

II. RANCANG BANGUN TA DAN STA

2.1. Komponen Utama STATA

Sebagai suatu infrastruktur pemasaran (bukan sekedar bangunan pasar), STA/TA diharapkan dapat secara profesional melaksanakan tugas dan fungsinya. Untuk itu maka komponen utama STA maupun TA adalah (1) Kelembagaan/organisasi/manajemen yang kompeten, dan (2) Prasarana dan sarana fisik penunjang kegiatan pemasaran (sekali lagi, bahwa pemasaran mencakup semua kegiatan mulai dari riset pasar, promosi, sampai penjualan dan distribusi). Baik kelembagaan maupun



prasarana dan sarana yang dibangun serta sumber daya manusia pada STA/TA diarahkan untuk melaksanakan kegiatan/fungsi-fungsi pemasaran tersebut.

2.2. Kelembagaan

Untuk STA, mengingat perannya yang lebih bersifat mewakili petani produsen di suatu kawasan/wilayah tertentu dalam melakukan pemasaran produk-produk yang dihasilkannya, maka kelembagaan/organisasi/manajemen STA idealnya dibangun dari, oleh dan untuk para petani yang bersangkutan. Adapun bentuk kelembagaannya, dapat berupa Koperasi atau badan usaha bersama lainnya yang profesional. Pemerintah melakukan fasilitasi dalam rangka penumbuhan dan pengembangan kelembagaan tersebut.

Untuk TA, sekalipun pada prinsipnya dapat dibangun dari dan oleh para petani yang bersangkutan, namun perlu dipertimbangkan segi efektivitas dan efisiensi pengelolaannya sebagai infrastruktur pemasaran yang berada di pusat konsumen dan diharapkan mempunyai jangkauan pasar yang lebih luas, termasuk perdagangan antar daerah/antar pulau dan internasional. Seyogyanya TA dikelola oleh suatu badan usaha yang profesional dan berbadan hukum; dapat berupa PT, CV, BUMD, BUMN maupun Koperasi.



Baik manajemen STA maupun TA bertanggung jawab terhadap administrasi dan operasional kegiatan di STA/TA yang bersangkutan.

2.3. Prasarana dan Sarana Fisik

Prinsip bahwa baik STA maupun TA adalah suatu infrastruktur pemasaran, yang lebih dari (bukan hanya) sekedar bangunan atau kompleks tempat berjualan (pasar) seyogyanya juga tercermin pada prasarana dan sarananya. Untuk itu maka beberapa prasarana dan sarana yang seyogyanya ada pada STA maupun TA antara lain adalah:

- kantor pusat administrasi (riset pasar, promosi, penerimaan barang dan penjualan, distribusi barang, stok barang, informasi pasar, informasi produk, kerumahtanggaan STA/TA dan lain-lain);
- fasilitas penampungan, penanganan (handling) dan pengemasan;
- fasilitas penjualan (kios/lapak, tempat lelang, dan lain-lain).
- fasilitas distribusi;
- fasilitas sistem informasi dan promosi;
- fasilitas pengelolaan lingkungan (sanitasi dan pengelolaan limbah);
- fasilitas umum (toilet umum, ruang pertemuan, tempat ibadah);
- fasilitas penunjang (restoran, bank, wartel, dan lain-lain).

Check list kebutuhan sarana/prasarana dapat dilihat pada lampiran.



2.4. Kegiatan

Sebagai suatu infrastuktur pemasaran maka fungsi utama STA/TA adalah menyelenggarakan kegiatan pemasaran, antara lain yaitu:

- riset pasar;
- promosi;
- penerimaan, penanganan produk dan pengemasan, termasuk penyimpanan jika perlu;
- penjualan (termasuk menyelenggarakan kegiatan lelang); serta
- distribusi/pengiriman.

Selain kegiatan-kegiatan tersebut, STA/TA juga berperan dalam perencanaan produk baik jenis, maupun mutu dan waktu penyediaannya. Oleh sebab itu maka beberapa kegiatan lainnya yang perlu dilakukan oleh STA/TA adalah :

- pengembangan sistem informasi pasar;
- pembinaan produksi, termasuk pola tanam, teknis produksi dan jaminan mutu;
- pengembangan sistem jaminan mutu, dan lain-lain.



Dalam hal pembinaan ke hulu (on farm) tersebut, STA diharapkan bekerjasama dengan instansi terkait lainnya seperti lembaga penyuluhan, dinas pertanian, dan lain-lain.

2.5. Mekanisme dan Hubungan Kerja

Petani produsen dan STA mempunyai hubungan secara fungsional, sinergis dan berkesinambungan dalam suatu sistem agribisnis. Petani memproduksi komoditas hasil pertanian sesuai dengan informasi pasar dan program pasokan STA terhadap konsumen mitranya. Selain TA, konsumen yang dilayani STA dapat berupa konsumen umum ataupun konsumen lembaga seperti supermarket, hotel, restoran, usaha jasa boga, pedagang eksportir dll. Bahkan STA dapat melakukan perdagangan antar daerah/antar pulau dan juga ekspor. Selain penjualan secara langsung pada kios/lapak-lapak yang disediakan bagi petani mitra STA, sistem penjualan dapat dilakukan melalui mekanisme lelang yang dikelola oleh manajemen STA, baik dengan lelang secara langsung (spot) maupun berjangka (*forward*). Mekanisme transaksi dapat dilakukan secara langsung antara petani dan pembeli (konsumen) maupun melalui STA sebagai pengumpul. Dalam hal penjualan oleh petani yang langsung kepada pembeli pada kios/lapak STA ataupun kepada konsumen lembaga mitra STA maka STA memperoleh jasa pemasaran (*marketing fee*) yang



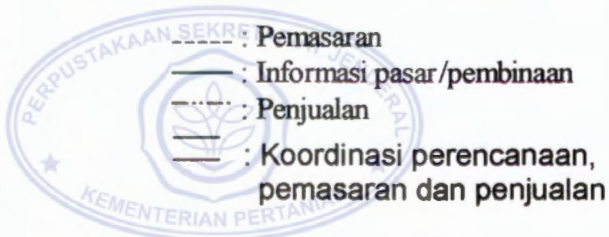
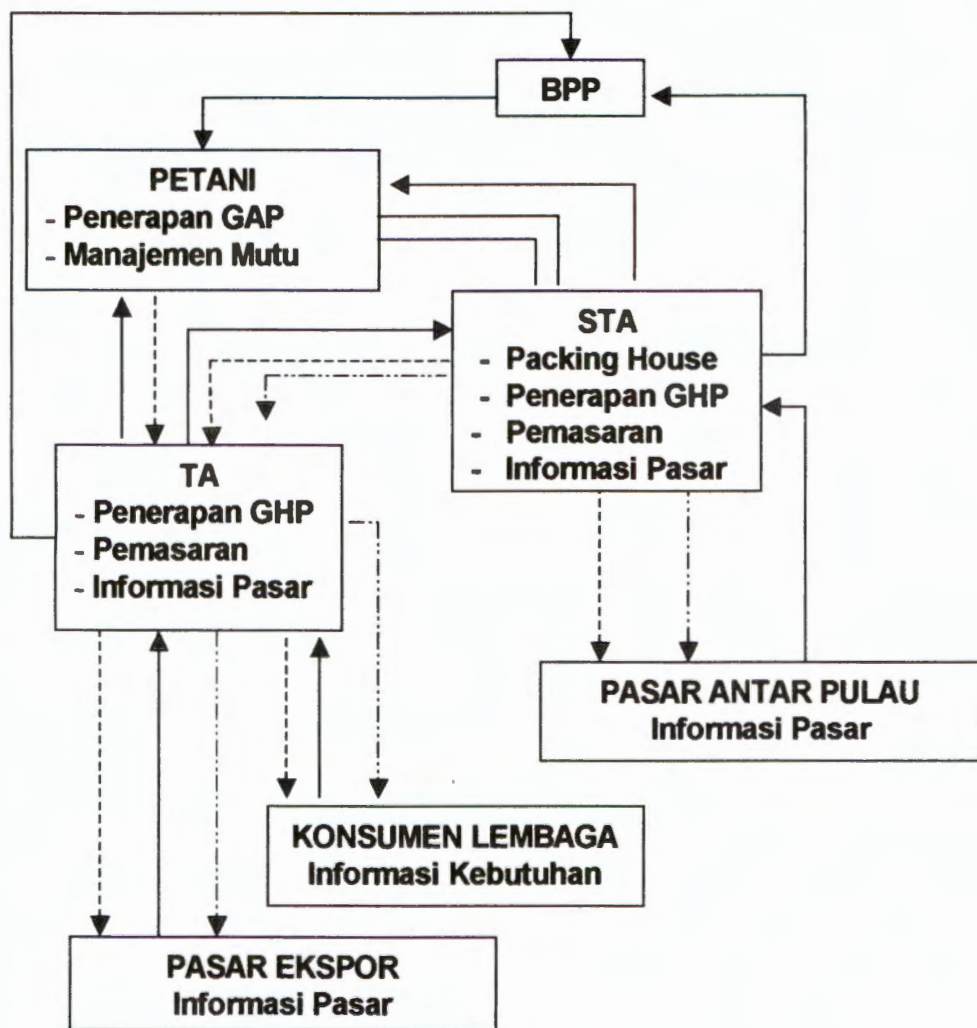
besamya ditentukan dalam musyawarah antara petani dan manajemen STA.

Mekanisme dan hubungan kerja pemasaran pada TA kurang lebih sama seperti pada STA, tetapi kemitraan usaha pada TA lebih banyak dengan STA dan petani produsen yang berskala besar.

Adapun hubungan mekanisme dan hubungan kerja antar institusi agribisnis yang ada kurang lebih dapat digambarkan seperti pada skema (Gambar 2.1.) sebagai berikut.

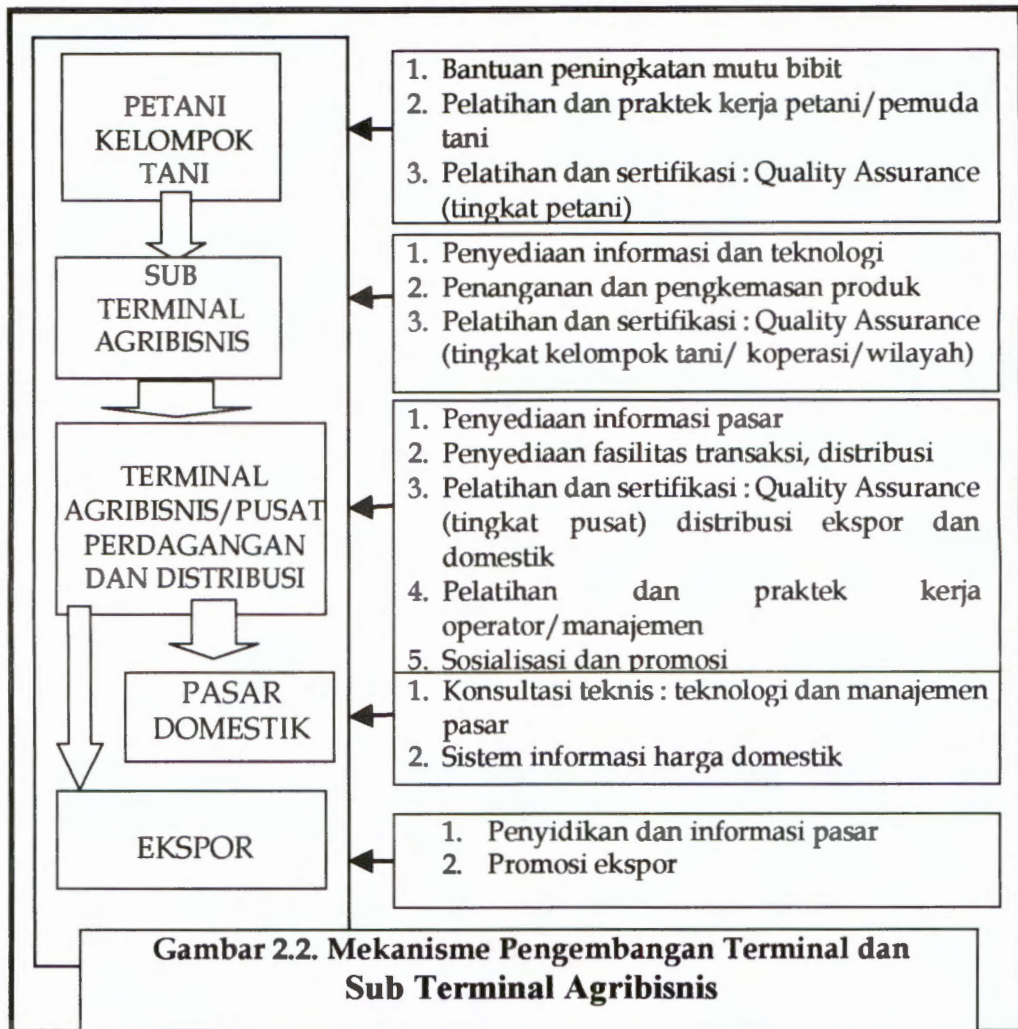


**Gambar 2.1. DIAGRAM HUBUNGAN ANTAR
INSTITUSI AGRIBISNIS**



Dalam rangka mengembangkan sistem pemasaran dan distribusi komoditi pertanian melalui TA dan STA terdapat dua simpul penting yang harus diperbaiki. Simpul pertama adalah di tingkat sentra produksi dan simpul kedua adalah sentra konsumsi. Mekanisme di sentra produksi diubah dari “penjualan satu-satu” (antara petani dan pedagang) menuju sistem kelompok dalam STA. Selanjutnya STA tersebut dikembangkan menjadi *pool* komoditas, dimana petani baik sendiri maupun melalui koperasi atau organisasi pemasaran mengumpulkan komoditasnya di tempat pengumpulan, kemudian melakukan penyortiran dan pengemasan yang siap diangkut ke TA. Dalam satu Kabupaten dapat dibangun beberapa STA, tergantung kepada keragaman komoditas dan luasnya sentra produksi yang ada. Namun untuk TA sejenis seyogyanya tidak lebih dari 1 buah pada setiap propinsi.





III. SKENARIO PEMBANGUNAN TA DAN STA

Pengembangan TA dan STA dapat merupakan institusi baru yang komplementer dengan pasar yang telah ada termasuk pasar induk yang ada atau dapat pula dengan memperbaiki sistem pasar yang sudah ada dengan prinsip proses evolusi yang dipercepat, melalui berbagai program pembangunan sistem pemasaran dalam kerangka pembangunan sistem dan usaha agribisnis dan pembangunan ekonomi yang lebih luas.

3.1. Tahapan/Fase Pengembangan TA dan STA

Proses transformasi dari kondisi sistem pemasaran tradisional seperti selama ini menuju sistem pemasaran modern membutuhkan waktu dan dibagi dalam beberapa tahapan (fase). Tahapan ini diperlukan karena berkaitan dengan target yang direncanakan. Tahapan tersebut dapat dibagi menjadi empat bagian besar, yaitu Fase 1: Persiapan; Fase 2 : Penyusunan Business Plan dan Sosialisasi; Fase 3 : Pembangunan Fisik; dan Fase 4 : Tahapan Operasionalisasi.

Fase 1 : Persiapan

Tahap persiapan adalah tahapan yang harus dilakukan untuk dapat menentukan kelayakan TA dan STA. Kegiatan yang dilakukan pada tahap ini antara lain feasibility study sampai kepada



perancangan awal sistem TA dan STA. Output kegiatannya berupa rekomendasi konseptual.

Fase 2 : Penyusunan Business Plan dan Sosialisasi

Pada tahap ini dilakukan berbagai kegiatan pendalaman dari kegiatan pada fase 1 untuk menentukan kegiatan fisik dan non fisik selanjutnya, seperti penyusunan business plan, perancangan yang lebih rinci terhadap sistim distribusi, sarana fisik dan sistem operasi (manajemen) dan pemilihan investor serta negosiasi dengan mereka. Disamping itu dilakukan sosialisasi dengan para pelaku pasar, mempersiapkan petani produsen di sentra produksi, promosi kepada calon konsumen. Pada fase ini diharapkan diperoleh dukungan publik, pelaku pasar maupun investor.

Fase 3 : Pembangunan Fisik dan Pembentukan Pengelola

Tahap pembangunan fisik adalah tahapan konstruksi bangunan TA dan STA. Lembaga pengelola dibentuk berbadan usaha yang komersial dan legal. Output kegiatan ini adalah bangunan infrastruktur fisik dan kelembagaan TA dan STA .



Fase 4 : Operasi

Tahap ini merupakan tahap persiapan dan permulaan TA dan STA dioperasikan dimana sistem pemasaran mulai beroperasi yang dibarengi dengan proses penyempurnaan secara berkelanjutan.

Kegiatan TA/STA dapat dikemukakan dalam bentuk pentahapan sebagaimana pada Tabel 3.1. dan Gambar 3.2.



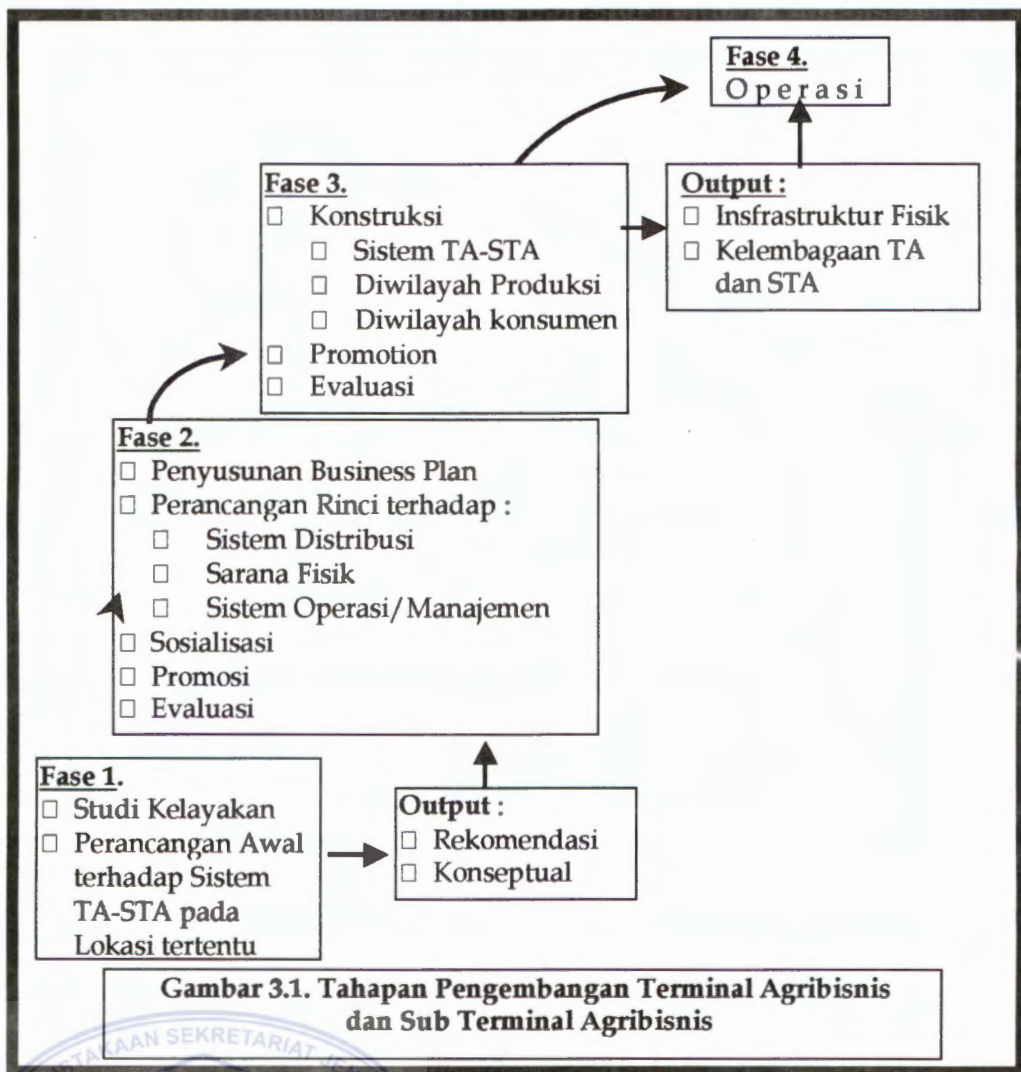
Tabel 3.1. Fase TA/STA

Fase	Kegiatan
I Persiapan	- Feasibility Study 1. Identifikasi dan mencari informasi peta aliran komoditas dari sentra produksi ke sentra konsumsi, berupa jenis, jumlah, musim, asal, tujuan untuk menjaga kekontinuan. 2. Indikasi manfaat sosial ekonomi dan jaringan distribusi yang baru - Perancangan Awal Sistem TA dan STA
II Penyusunan Business Plan dan Sosialisasi	- Penyusunan Business Plan - Desain (rancang bangun) rinci terhadap : 1. Sistem distribusi 2. Sarana fisik 3. Sistem operasi/manajemen - Sosialisasi - Promosi - Evaluasi



III Pembangunan Fisik	- Konstruksi : 1.Sistem TA/STA 2.Persiapan pelaku pasar 3.Pembangunan fisik di sentra produksi 4.Pembangunan fisik di sentra konsumsi - Promosi - Evaluasi - Uji coba sampai kepada pelaksanaan pemasaran di TA yang sebenarnya.
IV Operasi	Sistem pemasaran telah beroperasi dengan baik pada TA dan STA





Pembangunan TA maupun STA dilakukan dalam beberapa tahap, hal ini didasarkan kepada beberapa alasan, sebagai berikut :

1. Relatif besarnya investasi awal yang diperlukan untuk membangun TA dan STA
2. Perkiraan arus komoditas yang akan dilayani (ditransaksikan) didalam TA dan STA adalah bertahap. Sebagai contoh, pada awalnya sekitar 5%, kemudian meningkat 10% sampai 70% setelah beberapa tahun tergantung hasil studi kelayakan.
3. Tahapan atau fase yang dilakukan untuk pembangunan TA dan STA juga terdiri dari beberapa tahap.

Namun demikian pembangunan TA dan STA pada dasarnya dapat dilakukan sekaligus apabila investasi mencukupi. Sehubungan dengan itu maka pembangunan TA/STA dapat di skenariokan sebagai berikut :

1. Pembangunan TA dan STA sekaligus lengkap. Syaratnya dana investasi mencukupi, dan produsen serta pelaku pasar sudah siap.
2. Pembangunan bertahap. Dimulai dari pembangunan fasilitas minimal apa yang harus dipersiapkan agar masalah pemasaran dapat terpecahkan. Jenis dan intensitas



permasalahan pemasaran hasil pertanian berbeda-beda antara suatu daerah/wilayah dengan daerah/wilayah lainnya. Oleh karena itu maka prioritas pertama yang perlu dibangun/dikembangkan juga dapat berbeda antara daerah satu dengan daerah lain. Namun demikian secara umum yang perlu dipersiapkan pertama adalah sumberdaya manusia pengelola TA/STA yang handal untuk melakukan kegiatan pemasaran, disamping prasarana dan sarana fisik yang diperlukan dalam rangka melaksanakan kegiatan pemasaran tersebut.

3.2. Pola Pembangunan TA dan STA

3.2.1. Penyediaan Lahan

Lahan yang akan diperuntukkan bagi lokasi pembangunan TA atau STA dapat disediakan oleh Pemerintah (Pusat, Propinsi, Kabupaten/Kota) dengan perjanjian kerjasama yang disepakati antara pihak Pemerintah dan pengguna lahan yang bersangkutan, dalam hal ini TA/STA tersebut. Penyediaan lahan dapat pula dilakukan oleh pihak perusahaan swasta atau oleh para petani/kelompok tani sendiri dengan status penggunaan dan ketentuan-ketentuan yang jelas.



3.2.2. Kategori TA/STA

Kategori TA/STA dapat dibedakan berdasarkan penanggung jawab atas sumber pembiayaan yang digunakan dalam pembangunan TA/STA yang bersangkutan. Dengan demikian terdapat 3 kategori TA/STA yaitu :

- Kategori Koperasi : Penanggung jawab sumber pembiayaannya adalah Kelompok Tani/Koperasi.
- Kategori Swasta : Penanggung jawab sumber pembiayaannya adalah Perusahaan swasta non Koperasi.
- Kategori Pemerintah : Penanggung jawab sumber pembiayaannya adalah Pemerintah.

Dilihat dari manajemen operasionalnya TA/STA dapat dikelola oleh Koperasi, perusahaan swasta ataupun BUMN/BUMD. Dalam perkembangannya diharapkan akan lebih banyak TA/STA dengan kategori Koperasi tersebut di atas dan secara operasional dikelola oleh Koperasi yang bersangkutan.



3.2.3. Tata Ruang dan Kegiatan

Dalam rangka mewujudkan tujuan dan sasaran pembangunan dan pengembangan TA dan STA, maka tata ruang dan kegiatan di TA/STA adalah sebagai berikut :

1. Pada areal TA dan STA yang disediakan, digunakan untuk bangunan fisik sekitar 30 persen, lapangan terbuka 20 persen dan prasarana jalan serta prasarana lainnya (tempat pembuangan limbah, taman, ruangan informasi, ruangan pertemuan, kantor pengelola dan lain sebagainya) 50 persen.
2. Komoditi non pertanian yang ditangani oleh TA dan STA tidak boleh lebih dari 20%.
3. Tidak ada hak kepemilikan, baik terhadap toko maupun kios (lapak) dan lapangan terbuka, yang ada hanya penyewaan.
4. Apabila selama tiga bulan, kios dan toko tidak melakukan kegiatan, hak penyewaannya diserahkan kepada petani atau pedagang lainnya yang membutuhkan.
5. Pengelolaan TA dan STA pada dasarnya tidak mengutamakan komersialisasi pemasaran yang ada melainkan dalam rangka memperlancar kegiatan komersial yang dilakukan oleh para pelaku agribisnis yang menjadi mitranya.



Diharapkan di setiap propinsi khususnya di setiap kota dapat dikembangkan satu TA, sedangkan di setiap kabupaten dapat dikembangkan beberapa STA sebagai jaringan pendukung, sesuai dengan potensi ekonomis dari komoditas pertanian di wilayah yang bersangkutan.

V. STRUKTUR ORGANISASI TA DAN STA

Organisasi pengelola STA/TA pada dasarnya disesuaikan dengan tugas dan fungsi dari STA/TA yang bersangkutan, termasuk juga harus memperhatikan fokus kegiatan yang diprioritaskan serta sistem pemasaran yang diterapkan di masing-masing STA/TA. Sesuai tugas/fungsi STA/TA, maka secara umum struktur organisasi STA/TA yang cukup memadai adalah seperti pada Gambar 4.1. sebagai berikut.



Gambar 4.1. Struktur Organisasi STATA



TA/STA tidak hanya berorientasi pada keuntungan (*profit oriented*) tetapi juga menjadi agen perubahan sosial (*social*

development agent) yang dapat memberikan manfaat (*social benefit*) setinggi-tingginya bagi para pelaku agribisnis.

Berdasarkan hal tersebut maka organisasi TA/STA haruslah:

1. Mempunyai unit pengawasan yang ditandai dengan adanya Dewan Komisaris yang terdiri dari para wakil pelaku yang bergerak dalam bidang agribisnis.
2. Mempunyai tim manajemen yang disusun berdasarkan : azas koordinatif, fungsional, ramping, efisien dan efektif.
3. Azas koordinatif STA dilaksanakan karena pada dasarnya STA adalah sarana konsolidasi produksi dan pemasaran. STA bukanlah atasan bagi petani/produsen dan juga bukan sebagai pemasok tunggal bagi para konsumen, STA adalah organisasi yang menjadi badan intermediasi antara kepentingan-kepentingan pihak produsen dan konsumen sehingga bertemu dalam satu titik yang saling membutuhkan dan saling menguntungkan.
4. Azas fungsional dimaksudkan bahwa Tim Manajemen sebagai tulang punggung organisasi harus mempunyai fungsi perencanaan, fungsi pelaksanaan dan fungsi pembinaan.



5. Organisasi STA harus ramping sesuai kebutuhan sehingga pada awal-awal operasional tidak membutuhkan biaya operasional yang besar yang dapat membebani para stake holdernya.
6. Azas berdaya guna (efisien) dan berhasil guna (efektif) diberlakukan karena Tim Manajemen telah mempunyai target yang ditetapkan. Pencapaian target inilah yang akan menjadi tolak ukur kinerja manajemen.

V. PENUTUP

Pembangunan dan pengembangan TA sebagai institusi pemasaran di sentra konsumen dan STA sebagai institusi pemasaran di sentra produksi merupakan sarana yang dibutuhkan bagi pengembangan sistem dan usaha agribisnis, oleh karena itu pembangunan dan pengembangannya perlu dilakukan.

Dalam pembangunan TA/STA perlu memperhatikan jenis dan karakteristik komoditi yang diusahakan, kemantapan dan kemampuan kelembagaan petani, serta kondisi sosial ekonomi wilayah yang bersangkutan.



Lampiran 1. Checkt List Kebutuhan Sarana dan Prasarana TA dan STA

No.	Kegiatan dan kebutuhan sarana prasarana	Sasaran	TA	STA
1.	<u>Penerimaan barang dan transaksi</u> * Tempat transaksi sesuai cara transaksinya * Timbangan, keranjang, box, sarana lainnya * Ruang administrasi dan keuangan (kasir) * Tempat bongkar muat	* Memperlancar transaksi yang adil dan transparan. * Pembayaran lancar dan aman	ya ya ya ya	ya ya ya ya
2.	<u>Penerimaan barang dan transaksi</u> * Pembersihan * Pemilihan * Pengepakan	* Jaminan Mutu. * Peningkatan nilai tambah.	ya ya ya	ya ya ya
3.	<u>Penyimpanan</u> * Gudang * Cool room * Cold storage * Keranjang, box	* Efisiensi distribusi * Distribusi tepat waktu, jumlah dan sasaran * Kerusakan produk minimum	ya ya ya - ya	ya ya ya ya ya
4.	<u>Distribusi</u> * Sarana transportasi * Gudang * Cool room * Cold storage * Keranjang, box	* Efisiensi distribusi * Distribusi tepat waktu, jumlah dan sasaran * Kerusakan produk minimum	ya ya ya - ya	ya ya ya ya ya



5.	<u>Komunikasi / Informasi</u> * Telpn, fax * Komputer * Operator * Internet	* Informasi pasar segera dapat disampaikan ke sentra produsen (STA). * Memperbaiki efisiensi pemasaran. * Pembagian margin antar pelaku makin adil.	ya ya ya ya	ya ya ya ya
6.	<u>Promosi</u> * Ruang promosi * Displai, tempat peragaan contoh produk	Mempromosikan produk-produk yang dapat dipesan atau ditawarkan.	ya ya	ya ya
7.	<u>Pengawasan Mutu</u> * Pemantauan mutu produk * Pengujian mutu produk.	* Jaminan dan konsistensi mutu	ya ya	ya ya
8.	<u>Pembinaan Petani/kelompok</u> * Balai/ruang pertemuan petani/PPL * Ruang pertemuan pedagang	* Pembinaan kelompok * Wadah tempat bertemunya para pelaku bisnis, terutama para petani untuk merencanakan pola tanam, pengembangan usaha dan memecahkan permasalahan yang dihadapi.	- ya	ya ya
9.	<u>Penyediaan sarana produksi</u> * Kios saprodi	* Menyediakan kebutuhan sarana produksi.	-	ya



Lanjutan Lampiran...

10.	<u>Rumah makan, kios</u>	* Menyediakan makanan minuman dan kebutuhan pelaku bisnis	ya	Ya
11.	<u>Penginapan/tempat istirahat</u>	* Menyediakan jasa untuk istirahat bagi pelaku bisnis	-	Ya
12.	<u>Sosial</u> * Rumah Ibadah * Tempat Kaki lima	* Tempat beribadah * Tempat berjualannya pedagang kaki lima	ya -	ya -
13.	Kebersihan lingkungan dan Pengelolaan limbah	* Menjaga kebersihan, kesehatan dan kenyamanan	ya	ya
14.	Lembaga Keuangan	* Mempermudah dalam pelayanan transaksi	ya	ya



