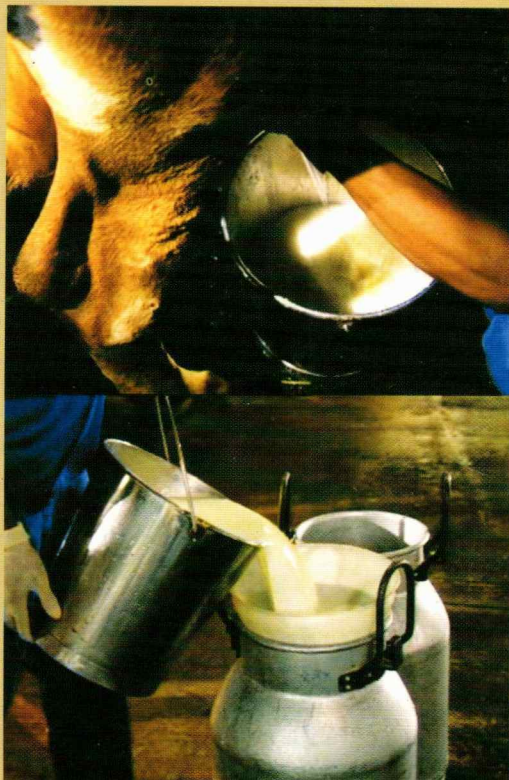


UPAYA PERLINDUNGAN PEMERINTAH TERHADAP PENINGKATAN DAYA SAING PERSUSUAN NASIONAL

D.64 p.11 22m



Departemen Pertanian
Direktorat Jenderal Bina Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian
Direktorat Pengolahan dan Pemasaran Hasil Peternakan
2004



DAFTAR ISI

Halaman

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
I. PENDAHULUAN	1
II. KONDISI UMUM PETERNAKAN SAPI PERAH RAKYAT (PERSUSUAN) DI INDONESIA	3
2.1. Aspek Ketersediaan Produksi Susu Sapi Perah	6
2.2. Aspek Permintaan Konsumsi Susu Perah	8
2.3. Impor Produk Olahan Susu	11
2.4. Ekspor Produk Olahan Susu Sapi Indonesia	12
III. KEBIJAKAN SISTEM AGRIBISNIS PETERNAKAN SAPI PERAH (INDUSTRI PERSUSUAN) DI INDONESIA	13
IV. PELUANG DAN TANTANGAN AGRIBISNIS PERSUSUAN DI INDONESIA	20
V. STRATEGI DAN PENGEMBANGAN INDUSTRIALISASI PEDESAAN BERBASIS KOMODITAS SUSU SAPI PERAH	26
5.1. Industrialisasi Pedesaan Berbasis Susu Sapi Perah Rakyat	28
5.2. Peningkatan Daya Serap Pasar Domestik	30
5.3. Pengembangan Ekspor Hasil Pertanian	32
VI. LANGKAH-LANGKAH OPERASIONAL PELAKSANAAN ..	32
6.1. Identifikasi Pasar Susu Olahan	33
6.2. Identifikasi Wilayah Sentra Produksi Sapi Perah	33
6.3. Rancang Bangun Pengembangan Industrialisasi Pedesaan	34



6.4.	Sosialisasi Rencana Industrialisasi	35
6.5.	Pelatihan Bagi Pelaku Utama dan Aparat Pendamping	36
6.6.	Operasionalisasi Pelaksanaan industrialisasi .. Pedesaan	37
6.7.	Pendampingan	37
VII.	KEBIJAKAN PROTEKSI DAN PROMOSI	38
7.1.	Kebijakan Umum	38
7.2.	Tantangan dalam Penerapan Kebijakan Proteksi dan Promosi Sektor Pertanian serta Solusinya	45
7.3.	Kebijakan Proteksi dan Promosi Komoditi Peternakan	48
VIII.	PENUTUP	56
	LAMPIRAN (FOTO-FOTO SUSU)	



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 : Volume dan Lokasi Produksi Susu Dalam Negeri Tahun 1998 – 2002	7
Tabel 2 : Perkembangan Konsumsi Susu Tahun 1993 – 2002	8
Tabel 3 : Negara-negara, Volume, dan Nilai Impor Produk Olahan Susu Sapi Indonesia Tahun 2001	11
Tabel 4 : Negara-negara Tujuan Ekspor Produk Olahan Susu Tahun 2001	13



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 : Grafik Perkembangan Konsumsi Susu ... Tahun 1993 - 2002	9
Gambar 2. : Grafik Produksi Susu Dalam Negeri dengan Permintaan Konsumsi Susu Tahun 1998 – 2002	10
Gambar 3. : Rangkaian Aktivitas Secara Vertikal Industri Persusuan di Indonesia	19



I. PENDAHULUAN

Pengembangan industrialisasi pedesaan berbasis komoditas susu pada hakekatnya adalah membangun ekonomi kerakyatan di tingkat desa khususnya pembangunan dalam bidang peternakan sapi perah rakyat (industri persusuan) di Indonesia. Tujuan pembangunannya antara lain untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan keluarga peternak sapi perah melalui peningkatan produktivitas ternak dan efisiensi usahanya serta peningkatan hasil kualitas produknya sesuai standar dan preferensi konsumen di Indonesia.

Berdasarkan laporan FAO pada tahun 1995 Indonesia merupakan salah satu negara di antara sejumlah negara di Asia yang membangun industri persusuan atau peternakan sapi perah rakyat dengan menerapkan pola koperasi. Penerapan pola kebijakan ini tidak saja sesuai dengan tuntutan teknis karakteristik komoditas susu, melainkan mampu memfasilitasi dan memberi *impact* terhadap pembangunan perekonomian masyarakat pedesaan di daerah-daerah kantong produksi.



Strategi kebijakan ini telah dinilai mampu menggerakkan pembangunan industri persusuan nasional, sekalipun masih dihadapkan pada permasalahan yang belum dapat diatasi, di antaranya adalah (1) rendahnya populasi sapi perah dibandingkan dengan kebutuhan pasar domestik akan produksi susu, (2) inefisiensi pengelolaan usaha di sektor *on farm* sebagai akibat skala pemeliharaan yang rata-rata rendah, (3) rendahnya standar kesehatan hewan, (4) kecukupan penyediaan pakan, serta (5) masih rendahnya konsumsi susu masyarakat Indonesia.

Sebenarnya berbagai upaya untuk mengatasi permasalahan tersebut sudah sejak lama telah menjadi agenda kalangan masyarakat industri persusuan, termasuk pemerintah dalam merintis ke arah perbaikan mutu ternak, manajemen dan teknologi di bidang sapi perah. Namun demikian, kompleksnya permasalahan dan belum memiliki cukup pengalaman dan penguasaan teknologi tepat guna yang dapat diandalkan, mengakibatkan perkembangan peternakan sapi perah rakyat selama kurun waktu dua puluh tahun terakhir



berjalan sangat lambat atau masih jauh dari target populasi dan produksi yang diharapkan.

Sistem perdagangan bebas yang baru berlaku pada tahun ini dan kondisi peternakan rakyat yang demikian adanya menyebabkan peternakan sapi perah rakyat berada pada posisi di persimpangan jalan. Dengan demikian, agar peternakan sapi perah rakyat mampu bertahan, bahkan terus berkembang mengikuti *trend* perdagangan bebas, maka pola pemberdayaan peternakan sapi perah rakyat perlu di rumuskan secara bersama antara berbagai pelaku bisnis industri persusuan khususnya antara peternak dan koperasi persusuan (KUD) dengan pihak swasta (IPS), perbankan dan pemerintah di Indonesia.

II. KONDISI UMUM PETERNAKAN SAPI PERAH RAKYAT (PERSUSUAN) DI INDONESIA

Budidaya peternakan sapi perah rakyat yang dikenal sebagai *farm friendly business* dan memiliki posisi strategis pendukung produksi susu nasional, secara nyata sudah memasuki pasar bebas sebagai implikasi



dan ratifikasi GATT tahun 1993. Oleh karena itu, persoalan yang patut dikaji secara utuh adalah bagaimana menampilkan kinerja yang lebih efisien, bernilai tambah dan berdaya saing. Untuk itu, diperlukan program dan strategi pengembangan peternakan sapi perah (Industri Persusuan) secara nasional yang meliputi upaya perbaikan seluruh sistem mulai dari pra produksi (bibit), budidaya, pengolahan, dan pemasaran hasil.

Eksistensi peternakan sapi perah di Indonesia secara historis tidak terlepas dari penjajahan kolonial pemerintahan Belanda, dan saat ini telah menjadi salah satu aset komoditas unggulan dalam bidang pertanian itu sendiri. Sekalipun usaha ini masih dibayangi berbagai keterbatasan, namun kinerja produksi peternakan sapi perah telah memberikan hasil yang nyata. Hal ini, antara lain, tercermin dari adanya perubahan rasio penggunaan susu segar domestik dengan susu bubuk impor pada industri pengolahan susu (IPS), yaitu dari 1:20 pada tahun 1979 menjadi 1:1,6 pada tahun 1988, dan kemudian 1:2 pada tahun 1994. Fluktuasi rasio tersebut disebabkan oleh adanya peningkatan perminta-



an yang tidak dapat dipenuhi oleh pasok susu segar domestik.

Sebagai gambaran yang lebih rinci, seberapa jauh kinerja peternakan sapi perah di Indonesia yang juga sekaligus sebagai peluang dan tantangan untuk pengembangan di masa mendatang jika ditinjau dari aspek populasi ternak, produksi, dan permintaan susu sebagai berikut : populasi ternak sapi perah pada tahun 2002 adalah sekitar 390.000 ekor menghasilkan produksi susu sebesar 520.000 ton per tahun. Rata-rata skala usaha kepemilikan ternak berkisar antara 2-4 ekor per peternak, dengan tingkat produksi susu per ekor per hari adalah sekitar 8-10 liter. Berdasarkan data tersebut, terungkap bahwa kemampuan produksi susu segar nasional masih jauh dari jumlah kebutuhan konsumen sekitar 1,860 ribu ton per tahun, atau baru mencapai kira-kira sebesar satu per tiganya. Hal ini menunjukkan bahwa masih rendahnya penyediaan produksi susu segar nasional disebabkan selain produksi ternak yang hanya sedikit sehingga rata-rata tingkat kepemilikan ternak pada skala usaha yang tidak efisien, juga produktifitas ternak-



nya rendah. Oleh karena itu, untuk memenuhi kebutuhan konsumsi susu masyarakat, ternyata harus mengimpor susu hampir dua per tiganya dari kebutuhan tersebut. Masyarakat Indonesia mengkonsumsi susu baru mencapai 5,79 kg/kapita/tahun (2001). Artinya masih jauh untuk dapat memenuhi standar gizi yang ditetapkan sebesar 7,2 kg/kapita/tahun.

Untuk memperjelas kajian pencapaian kinerja peternakan sapi perah di Indonesia dalam lima tahun terakhir, diperlukan data *time series* dalam berbagai aspek, antara lain sebagai berikut :

2.1. Aspek Ketersediaan Produksi Susu Sapi Perah

Produk susu sapi perah di dalam negeri pada kurun waktu lima tahun terakhir (tabel 1) mengalami kenaikan rata-rata 7% per tahun, kecuali pada tahun 2001, akan tetapi naik kembali pada tahun 2002 dibanding tahun 2000. Peningkatan rata-rata produksi susu per tahun diperkirakan karena membaiknya sarana dan prasarana peternakan sapi perah dan meningkatnya kemampuan manajemen budidaya serta adanya jamin-



an pasar yang semakin kondusif. Produksi susu sapi perah secara nasional masih terkonsentrasi di Pulau Jawa, terutama Jawa Timur dan Jawa Barat. Pada tabel 1 dipaparkan rincian volume dan lokasi produk susu segar 5 tahun terakhir.

Tabel 1. Volume dan Lokasi Produksi Susu Dalam Negeri Tahun 1998 – 2002

No.	Provinsi	Tahun (Ton)				
		1998	1999	2000	2001	2002
1.	Jatim	149.902	200.232	214.581	196.946	212.372
2.	Jabar	148.992	151.834	184.515	184.833	204.259
3.	Jateng	60.911	67.816	78.931	81.578	87.288
4.	D.I. Yogyakarta	4.234	4.918	6.888	4.405	4.944
5.	DKI Jakarta	5.753	5.814	5.094	6.130	6.048
6.	Sumut	4.168	4.148	4.615	4.622	4.639
7.	Lain-lain	1.386	1.236	1.023	1.433	1.433
Total		375.345	435.998	495.647	479.947	520.983

Sumber : Buku Statistik Peternakan Tahun 2002

Dari tabel 1 tersebut ternyata jelas bahwa konsentrasi peternakan sapi perah berada di Pulau Jawa sehingga kontribusi produksi susu terhadap produksi susu nasional, yaitu sekitar 98,8% dan sisanya 1,2% dari luar Jawa.



2.2. Aspek Permintaan Konsumsi Susu Sapi Perah

Sejak sepuluh tahun terakhir ini, permintaan konsumsi susu sapi perah di Indonesia terus meningkat sangat tajam dengan *trend* naik sekitar 12,03% per tahun, kecuali pada tahun 1998 (963.400 ton) terjadi penurunan sebesar 15,89% dibandingkan tahun sebelumnya (1.116.500 ton) sebagai akibat terjadinya krisis moneter, sedangkan konsumsi susu paling tinggi terjadi pada tahun 2000, yaitu sebesar 1.975.500 ton (tabel 2).

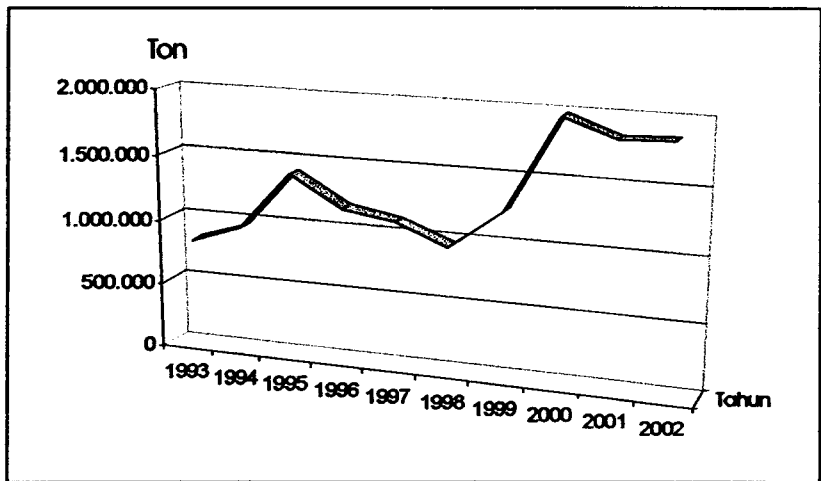
**Tabel 2. Perkembangan Konsumsi Susu
Tahun 1993-2002**

Tahun	Konsumsi (Ton)
1993	834.300
1994	959.900
1995	1.408.100
1996	1.180.600
1997	1.116.500
1998	963.400
1999	1.258.000
2000	1.975.500
2001	1.835.600
2002	1.859.100

Sumber : Buku Statistik Peternakan Tahun 2002.

Peningkatan konsumsi susu tersebut diasumsikan dengan meningkatnya pendapatan masyarakat, kesadaran akan kesehatan dan gizi serta kemajuan dalam bidang pendidikan dan sarana komunikasi. Juga semakin membaiknya pertumbuhan ekonomi baik regional maupun nasional.

Gambar 1. Grafik Perkembangan Konsumsi Susu Tahun 1993-2002



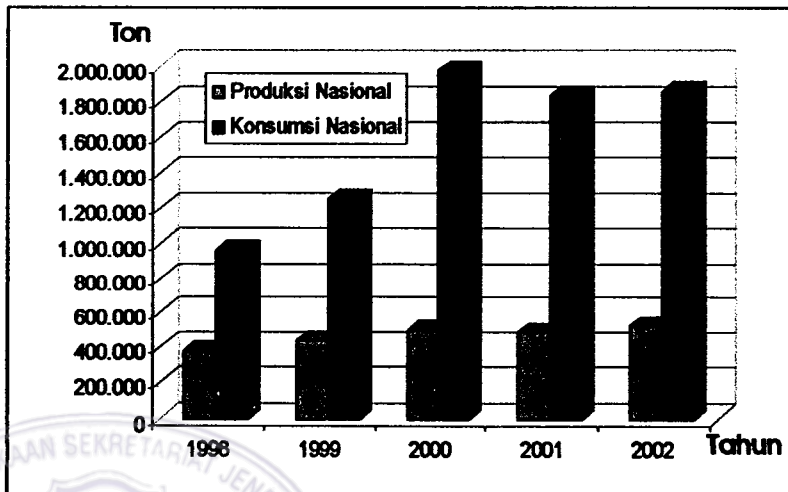
Dari gambar 1 terlihat adanya fluktuatif kenaikan dan penurunan konsumsi susu selama kurun waktu 10 tahun terakhir. Penurunan yang sangat tajam terjadi dari tahun 1997 – 1998; namun mengalami peningkatan



kembali setelah tahun 1999. Namun demikian, secara keseluruhan tetap menunjukkan *trend* peningkatan rata-rata per tahun sebesar 12,03%.

Dari data 5 (lima) tahun terakhir (1998-2002) pada tabel 1 dan tabel 2 dapat dibuat grafik/diagram antara ketersediaan produksi susu dengan permintaan produksi susu yang dapat dilihat pada gambar 2.

Gambar 2. Grafik Produksi Susu Dalam Negeri dengan Permintaan Konsumsi Susu Tahun 1998-2002



2.3. Impor Produk Olahan Susu

Untuk memenuhi kebutuhan susu sapi secara nasional sebesar 1.167.561 ton/tahun, maka kurang lebih 59% atau setara 687.914 ton/tahun masih diimport dari luar negeri dalam bentuk bahan baku maupun bahan jadi seperti susu, mentega, yogurt, whey dan keju.

Pada tahun 2001 Indonesia mengimport produk olahan susu sebanyak 170.151.968 kg dengan nilai US\$ 323.075.561. Dibandingkan tahun 2000 volume impor produk olahan susu mengalami peningkatan sebesar 3,2%. Tabel 3 memperlihatkan nilai impor produk olahan susu sapi Indonesia lima tahun terakhir.

Tabel 3. Negara-negara, Volume, dan Nilai Impor Produk Olahan Susu Sapi Indonesia Tahun 2001

No.	Negara	Volume (kg)	Nilai (US\$)	%
1.	Australia	33.091.056	55.988.173	19
2.	New Zealand	48.381.594	110.227.353	28
3.	Netherland	13.978.980	26.569.749	8
4.	Philippina	12.498.390	21.919.672	7
5.	Irlanda	4.775.450	8.305.273	3
6.	Thailand	5.016.805	4.324.472	3
7.	Lain-lain	52.409.805	646.151.122	32
Total		170.151.907	323.075.561	100

2.4. Ekspor Produk Olahan Susu Sapi Indonesia

Ekspor produk olahan susu sapi dari Indonesia dalam bentuk bahan baku maupun bahan jadi. Pada tahun 2001 ekspor susu sapi dari Indonesia sebesar 76.297.407 kg dengan nilai US\$ 92.610.576 dalam bentuk skim, susu, mentega, keju, yogurt dan whey. Negara-negara tujuan ekspor antara lain Malaysia, Irak, Iran, Nigeria, Hongkong, Singapura, Thailand, Phillipina, Portugal, Tonga, Timor-Timur, Jepang, Canada, Bangladesh, Brunei Darusalam, Afrika Selatan dan Tanzania. Pada tahun 2002 terjadi penurunan ekspor sebesar 55,16% (34.187.233 kg).

Negara-negara tujuan ekspor produk olahan susu tahun 2001 (volume, nilai US\$),%) tertera pada tabel 4 berikut.



**Tabel 4. Negara-negara Tujuan Ekspor Produk
Olahan Susu Tahun 2001**

No.	Negara Tujuan	Volume (kg)	Nilai (US\$)	%
1.	Malaysia	44.334.075	29.731.730	58
2.	Irak	16.835.509	31.832.936	22
3.	Singapura	4.235.093	9.420.624	6
4.	Iran	3.281.707	8.199.047	4
5.	Nigeria	1.745.704	4.577.008	2
6.	Lain-lain	5.867.316	8.874.009	8
Total		76.277.404	92.635.354	100

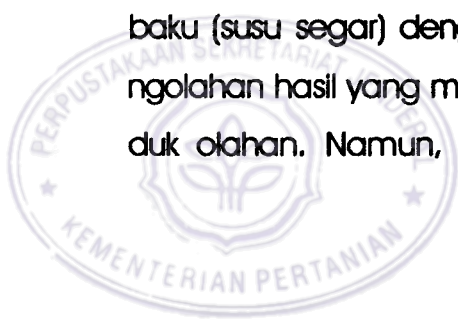
III. KEBIJAKAN SISTEM AGRIBISNIS PETERNAKAN SAPI PERAH (INDUSTRI PERSUSUAN) DI INDONESIA

Visi dalam paradigma pembangunan pertanian di Indonesia pada saat ini adalah : "Terwujudnya Perekonomian Nasional yang Sehat melalui Pembangunan Sistem dan Usaha Agribisnis Berdaya Saing, Berkerakyatan, Berkelanjutan dan Terdesentralisasi". Dengan visi tersebut, pembangunan diarahkan pada suatu sistem atau struktur agribisnis yang mencakup industri hulu pertanian, pertanian itu sendiri, industri hilir pertanian serta jasa-jasa pendukung, yang berdaya saing, berkerakyatan, berkelanjutan dan terdesentralisasi. Selain itu, di-



kembangkan pula usaha-usaha agribisnis khususnya pada segmen pasca panen (pengolahan dan pemasaran) yang mencakup usaha rumah tangga, usaha kelompok, usaha kecil, usaha menengah, koperasi dan perusahaan yang berdaya saing, berkerakyatan dan terdesentralisasi.

Dalam sub sektor peternakan sapi perah (Industri Persusuan), penerapan agribisnis yang mengintegrasikan ketiga subsistem, yaitu pra produksi, budidaya, dan pasca panen, relatif lebih terkoordinasi dan terpola dibandingkan dengan industri sapi potong dan perunggasan. Kondisi ini berkaitan erat dengan karakteristik komoditas dan usaha sapi perah yang menuntut tindakan kooperatif, serta setelah diterapkannya strategi kebijakan perdagangan komoditas susu sejak dicabutnya BUSEP pada tahun 1998. Agribisnis di bidang persusuan hingga saat ini telah mampu mempertahankan suatu sistem perdagangan yang mengkaitkan sektor hulu atau produksi peternakan yang menghasilkan bahan baku (susu segar) dengan sektor hilir, yakni industri pengolahan hasil yang mengolah susu segar menjadi produk olahan. Namun, harus kita akui bahwa berlang-



satunya sistem perdagangan ini diawali dengan intervensi pemerintah melalui peraturan pemerintah bagi kalangan industri pengolahan susu untuk menyerap produk lokal.

Perkembangan kondisi ekonomi dan politik di Indonesia sejak krisis moneter hingga kini, telah merubah suatu tatanan tersebut. Peraturan bukti serap rasio dicabut sebelum waktunya menyebabkan IPS dapat mengimpor bahan baku industri susunya tanpa mempertimbangkan lagi produk lokal, yakni susu segar dalam negeri (SSDN). Di lain pihak, perubahan nilai tukar dolar terhadap rupiah yang kian melambung menyebabkan harga susu impor menjadi ikut terdongkrak. Sebaliknya, harga susu segar dalam negeri hanya dapat dinaikkan sesuai dengan kesepakatan pihak IPS. Kondisi inilah yang menyebabkan agribisnis di bidang persusuan di Indonesia dapat tetap eksis, karena tetap mampu bersaing dengan produk impor, bahkan menjadikan persaingan di antara IPS karena seluruh produk susu dalam negeri memang tidak mampu memenuhi kebutuhan IPS.



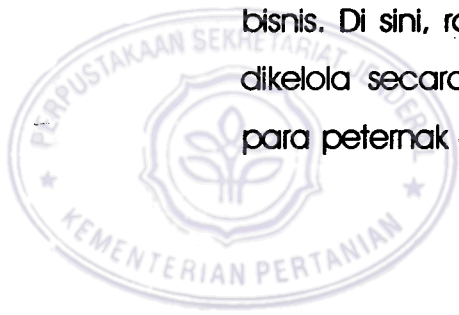
Kondisi seperti ini diperkirakan akan berlangsung selama krisis moneter terjadi, berbagai kemudahan diberikan oleh pihak IPS kepada peternak dan koperasi untuk mendapatkan susu segar dalam negeri dengan harga jauh lebih murah dibandingkan bahan baku impor. Dengan demikian, terbuka kesempatan bagi kalangan peternak dan koperasi untuk membenahi aspek produksi dengan menimba pengalaman yang telah lalu dan mengembangkan teknologi tepat guna sehingga secara bertahap diharapkan dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi usahanya.

Dalam era perdagangan bebas, keunggulan produsen dalam menembus pasar sangat ditentukan kesanggupannya mengatasi persaingan secara sehat dalam **harga, mutu produk, dan pelayanan**. Oleh karena itu, upaya peningkatan produk yang akan dilakukan harus ditindaklanjuti dengan sertifikasi produk, dalam hal ini koperasi dapat bekerjasama dengan PT. SUCOFINDO, sebagai lembaga penyelenggara Sertifikasi Peningkatan Sistem Manajemen Mutu. Dengan menerapkan sistem manajemen yang mengacu pada



kaidah-kaidah ISO 9000, maka dari sisi mutu hasil, produk susu lokal dapat bersaing dengan produk impor.

Dalam mengintegrasikan subsistem produksi dan pasca panen (pengolahan dan pemasaran), yakni antara peternak atau koperasi dengan IPS melalui hubungan kemitraan usaha, harus didasari oleh kepentingan bersama, saling memperkuat, dan saling menguntungkan. Untuk itu, diperlukan suatu sistem atau pola agribisnis secara entitas, khususnya dalam memasuki tahun 2004, di mana AFTA mulai diberlakukan. Diharapkan melalui sistem agribisnis ini akan dapat menampilkan produk yang berkualitas dan berdaya saing dengan harga yang tidak jauh berbeda dengan susu impor. Sistem agribisnis berbasis peternakan sapi perah (industri persusuan) di Indonesia dapat dilukiskan pada gambar 3. Keseluruhan dari sub sistem atau segmen tersebut terangkum dalam rangkaian yang bersifat komplementer, dan setiap segmen kegiatan harus menampilkan *output* yang memperkuat keunggulan kompetitif agribisnis. Di sini, rangkaian sub sistem tersebut tidak harus dikelola secara utuh oleh satu entitas. Artinya bahwa para peternak atau koperasi dapat melaksanakan agri-



bisnis pada segmen pasca panen (pengolahan dan pemasaran) saja melalui pola kemitraan dengan Industri Pengolahan Susu (IPS) sehingga rencana pengembangan industrialisasi berbasis komoditas susu sapi perah di Indonesia dapat direalisasikan, khususnya dalam memasuki era perdagangan bebas AFTA 2004.



PELAKU	AKTIVITAS	OUTPUT/INPUT
<p>OFF FARM</p> <ul style="list-style-type: none"> • Industri pengolahan hasil pertanian • Farmasi/obat-obatan • Balai inseminasi buatan • Bank • Koperasi • Kedinasan terkait <p>ON FARM</p> <ul style="list-style-type: none"> • Petani/peternak 	<p style="text-align: center;">PENGADAAN SARANA PRODUKSI</p> <p style="text-align: center;">↓</p>	<p>OFF FARM</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pakan konsentrat • Obat-obatan • Frozen semen • Kredit Produksi • Jasa pengadaan input • Penyuluhan <p>ON FARM</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pakan hijauan • Replacement stock • Tenaga kerja dan managerial skill
<p>ON FARM</p> <ul style="list-style-type: none"> • Petani/peternak sapi perah 	<p style="text-align: center;">BUDIDAYA SAPI PERAH</p> <p style="text-align: center;">↓</p>	<p style="text-align: center;">SUSU SEGAR</p>
<p style="text-align: center;">KOPERASI SUSU KUD</p>	<p style="text-align: center;">SUB PENAMPUNGAN ANGKUTAN SUSU</p> <p style="text-align: center;">↓</p>	<p>Jasa pelayanan pasca panen :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Angkutan • Milk treatment
<p style="text-align: center;">INDUSTRI PENGOLAHAN SUSU</p>	<p style="text-align: center;">PENGOLAHAN DAN PEMASARAN</p>	<p>Susu olahan dan produk/makanan olahan dengan bahan baku susu</p>

Gambar 3. Rangkaian Aktivitas Secara Vertikal Industri Persusuan di Indonesia



IV. PELUANG DAN TANTANGAN AGRIBISNIS PERSUSUAN DI INDONESIA

Produksi susu nasional dewasa ini dan di masa yang akan datang dihadapkan pada tantangan sekaligus peluang, yakni memenuhi permintaan pasar domestik yang cenderung meningkat seiring dengan meningkatnya daya beli masyarakat, kesadaran akan makanan bergizi, dan populasi penduduk yang besar. Sementara itu, perkembangan dunia agribisnis komoditas susu sapi perah rakyat di Indonesia telah menunjukkan adanya perkembangan yang signifikan terutama semakin berkembangnya Industri Pengolahan Susu (IPS) sebagai mitra kerja dari para peternak sapi perah dan koperasi susu. Kondisi ini berkaitan erat dengan adanya peningkatan permintaan susu sapi perah, terutama dalam upaya pencapaian gizi masyarakat sebesar 7,2 kg/kapita/tahun, sesuai dengan standar kecukupan protein hewani yang telah ditetapkan dalam Widya Karya Nasional pangan dan Gizi. Standar gizi minimal tersebut ekuivalen dengan konsumsi daging 10,1 kg/kapita/tahun, telur 3,5 kg/kapita/tahun dan susu 6,4 kg/kapita/tahun. Dengan demikian, terbuka lebar **peluang** yang sangat



menjanjikan khususnya dalam agribisnis persusuan di Indonesia.

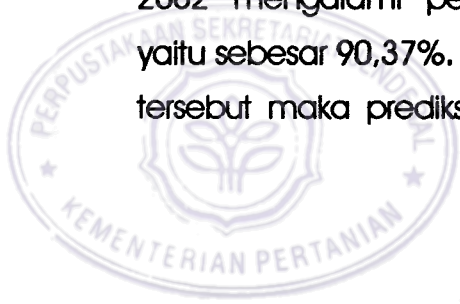
Sekalipun demikian, kondisi nyata di lapangan menunjukkan masih adanya ketimpangan di antara nilai tambah yang diperoleh pelaku agribisnis di *off farm* dengan nilai tambah yang diperoleh di tingkat *on farm*. Akibatnya tingkat pendapatan dan kesejahteraan para peternak sapi perah sebagai pelaku utama dari kegiatan agribisnis masih tetap rendah sehingga perlu mendapatkan perhatian dari semua pihak. Keadaan tersebut disebabkan para pelaku agribisnis di tingkat *on farm* kurang memiliki akses terhadap pasar, sumber-sumber permodalan dan sumber-sumber teknologi. Para pelaku bisnis *off farm* terutama di sektor hilir (pengolahan dan pemasaran) sering dihadapkan pada permasalahan rendahnya kualitas, kuantitas dan kontinuitas susu sapi perah sebagai bahan baku industri pengolahan susu.

Berdasarkan analisis rata-rata pertumbuhan produksi susu dari tahun 1998 sampai dengan 2002 sebesar 7% per tahun. Produksi susu pada tahun 2002 sebesar 520 ribu ton maka proyeksi perkembangan produksi susu lima tahun yang akan datang yaitu 2007 adalah



sebesar 750 ribu ton sedangkan sepuluh tahun yang akan datang, yaitu tahun 2012 sebesar 979 ribu ton. Hasil analisis ini memberikan isyarat kepada semua pihak yang terkait bahwa tanpa adanya perbaikan dan peningkatan pada semua sektor atau segmen agribisnis, mustahil akan memenuhi kebutuhan permintaan konsumen susu, yang juga sudah dapat dipastikan akan terus meningkat tajam selama kurun waktu yang sama. Apabila dikaji lebih lanjut produksi susu pada tahun 2002 sebesar 520 ribu ton yang dihasilkan dari populasi ternak sapi perah sebesar 390 ribu ekor dengan rata-rata produksi susu sebesar 10 liter per ekor per hari, maka untuk memenuhi permintaan konsumen susu pada tahun yang sama sebesar 1.859,1 ribu ton akan diperlukan populasi sapi perah sebesar 1,2 juta ekor. Dari hasil analisis ini terbuka peluang agribisnis pada segmen budidaya peternakan sapi perah, khususnya bagi para peternak untuk meningkatkan skala usahanya ke arah yang lebih efisien.

Ekspor produk susu tahun 1998 sampai dengan 2002 mengalami pertumbuhan yang cukup positif, yaitu sebesar 90,37%. Berdasarkan angka pertumbuhan tersebut maka prediksi lima tahun yang akan datang



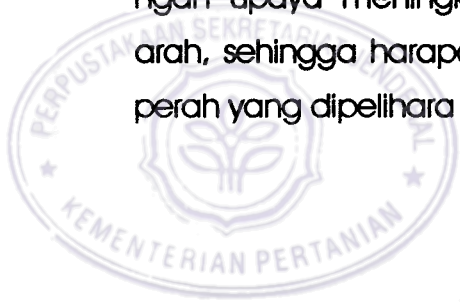
(2007) ekspor produk susu sapi perah di Indonesia akan mencapai 150 ribu ton, dibandingkan tahun 2002, yaitu sebesar 34 ribu ton dan pada tahun 2012 mencapai \pm 300 ribu ton. Hal ini mencerminkan bahwa sekalipun produksi Susu Segar Dalam Negeri (SSDN) belum mampu memenuhi kebutuhan konsumen domestik, tetapi Indonesia masih bisa mengekspor produk susu ke berbagai negara yang tampaknya cukup menggembirakan dan menjanjikan. Dengan demikian, terbuka peluang agribisnis yang cukup besar pada segmen pasca panen yang meliputi berbagai produk olahan susu dan pemasarannya.

Rata-rata pertumbuhan impor produk olahan susu sapi perah di Indonesia tahun 1998 sampai dengan 2002 mencapai 22,76% per tahun. Dengan kenaikan yang signifikan tersebut maka diprediksi secara sederhana pada lima tahun yang akan datang, yaitu tahun 2007, impor produk olahan susu Indonesia dapat mencapai \pm 260 ribu ton dan sepuluh tahun mendatang, yaitu tahun 2012 sebesar 520 ribu ton. Berdasarkan fakta tersebut, terungkap bahwa meskipun Indonesia mampu mengekspor produk susu, namun di lain pihak diimbangi dengan mengimpor produk olahan



susu. Kelihatannya seperti kontradiktif, namun kondisi ini diasumsikan sebagai keseimbangan dalam upaya untuk memenuhi konsumsi susu dalam negeri. Peluang bisnis ini cukup menjanjikan karena selama lima tahun terakhir menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan.

Tantangan bisnis susu sapi antara lain masih rendahnya produktivitas sapi perah di Indonesia, yaitu rata-rata 10 liter/ekor/hari. Masih jauh dari kemampuan sapi perah di luar negeri, yaitu rata-rata produktivitasnya 20 liter/ekor/hari. Begitupun rata-rata pemilikan ternak sapi perah masih relatif rendah, yaitu sekitar 3 ekor/peternak. Padahal pemilikan ideal yang dapat memenuhi skala usaha adalah 10-15 ekor/peternak atau rata-rata 7 ekor ternak sapi yang sedang laktasi dengan tingkat produksi susu sebesar 15 liter/ekor/hari. Upaya pengurangan dalam jangka pendek adalah kebijakan impor bibit sapi perah terus dilakukan, tetapi hendaknya tidak semata-mata diarahkan kepada peningkatan populasi sapi perah saja, namun harus dikaitkan dengan upaya meningkatkan mutu genetik secara terarah, sehingga harapan peningkatan produktivitas sapi perah yang dipelihara peternak dapat terealisasi.



Dari aspek mutu ternyata masih rendah, antara lain keterampilan SDM yang masih rendah terutama ditinjau dari penerapan jaminan mutu dan teknologi serta keterlambatan sarana dan prasarana pemeliharaan sapi perah menyebabkan belum diterapkannya praktek *hygiene* dengan baik dan benar. Hal ini tercermin dari masih terjadinya jumlah cemaran mikroba, khususnya angka lempeng total di tingkat penampungan susu (*Milk Collecting Center*) yaitu sebesar 10-20 juta CFU (*Colony Forming Unit*)/ml susu segar, sedangkan SNI 01-3141-1998 TPC (*Total Plate Count*) maksimal 1 juta CFU/ml susu segar.

Di aspek pengolahan dengan diberlakukannya Inpres No. 4/1998 dan Kepmen Keu No. 16 yang berlaku sejak tanggal 2 Februari 1998 serta masuknya era AFTA sekarang ini maka Industri Pengolahan Susu (IPS) sangat tergantung kepada produksi susu impor, di mana pajak pemasukannya hanya 5% dengan kualitas yang lebih baik dan IPS tidak ada kewajiban untuk menyerap susu sapi perah produksi dalam negeri sebagai bahan baku. Apalagi beberapa IPS skala besar akan



menerapkan *System Reward and Penalty* dalam penyerapan produksi susu dalam negeri. Hal itu semua akan mempengaruhi harga susu segar yang dihasilkan petani. Bila susu sapi perah segar tidak memenuhi permintaan IPS (sesuai dengan SNI) maka akan banyak susu segar dari petani yang tidak terserap oleh IPS. Oleh karena itu, peranan koperasi susu (KUD) perlu ditingkatkan terutama dalam upaya untuk mengurangi ketergantungan terhadap industri pengolahan susu segar. Kemudian secara bertahap koperasi dapat melakukan pengolahan susu menjadi produk yang bisa langsung dijual dan pada akhirnya dapat membangun industri pengolahan susu milik para peternak dalam wadah koperasi tersebut.

V. STRATEGI DAN PENGEMBANGAN INDUSTRIALISASI PEDESAAN BERBASIS KOMODITAS SUSU SAPI PERAH

Membangun sistem dan usaha agribisnis di bidang pengolahan dan pemasaran hasil pertanian



membutuhkan program dan koordinasi baik di tingkat nasional maupun daerah. Untuk itu, maka strategi pembangunan pengolahan dan pemasaran hasil pertanian diarahkan sebagai berikut : (1) membangun ekonomi kerakyatan melalui peningkatan daya saing di pasar global; (2) pelaksanaannya dilakukan oleh masyarakat, sedangkan pemerintah menjalankan fungsi stimulasi, dinamisasi, regulasi, fasilitasi, dan pengendalian; (3) mengisi dan memperkuat pelaksanaan otonomi daerah; (4) menumbuhkan, mengukuhkan dan mengembangkan potensi yang ada di daerah; (5) mengembangkan perencanaan dari bawah yang bersifat transparan, partisipatif dan demokratis; (6) terciptanya keseimbangan antar kawasan, terutama antar Kawasan Timur Indonesia (KTI) dan Kawasan Barat Indonesia (KBI).

Strategi pembangunan dan pengolahan difokuskan pada upaya pemberdayaan (*empowerment*) usaha skala kecil/rumah tangga produk pertanian yang menjadi basis ekonomi pedesaan, pemberian kesempatan seluas-luasnya bagi usaha pengolahan dan pemasaran hasil susu sapi rakyat untuk berkembang me-

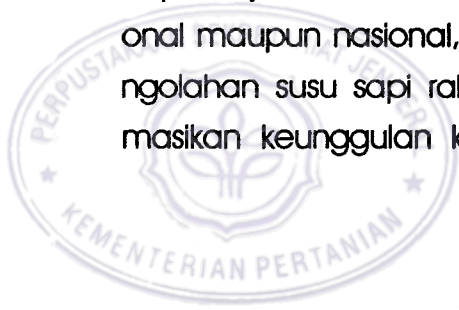


lalui perluasan pasar, peningkatan mutu, penciptaan iklim yang kondusif bagi berkembangnya usaha pengolahan dan pemasaran hasil susu sapi perah rakyat melalui regulasi, deregulasi, *law enforcement*, pemberian bimbingan dan fasilitasi kerjasama.

Strategi pemberdayaan dan pemberian kesempatan sebagaimana dimaksud diformulasikan dalam strategi operasional melalui pengembangan industrialisasi pedesaan berbasis susu sapi perah rakyat, peningkatan daya serap pasar domestik dan mendorong peningkatan ekspor susu olahan serta mengurangi impor susu. Penjabaran dan strategi tersebut adalah sebagai berikut :

5.1. Industrialisasi Pedesaan Berbasis Susu Sapi Perah Rakyat

Terdapat lima alasan utama pengembangan industri pengolahan susu rakyat perlu dilakukan sehingga dapat dijadikan lokomotif pertumbuhan ekonomi regional maupun nasional, sebagai berikut : (1) industri pengolahan susu sapi rakyat yang mampu mentransformasikan keunggulan komparatif menjadi keunggulan



kompetitif; (2) produk susu sapi mempunyai nilai tambah dan mempunyai pangsa pasar yang besar sehingga kemajuan yang dicapai dapat mempengaruhi pertumbuhan perekonomian regional maupun nasional; (3) mempunyai keterkaitan yang besar baik ke hulu maupun ke hilir sehingga mampu memajukan sektor-sektor lainnya; (4) memiliki basis bahan baku lokal yang dapat diperbaharui sehingga dapat berkelanjutan (*sustainable*); dan (5) memiliki kemampuan untuk mentransformasikan struktur ekonomi nasional dari pertanian ke industri dengan agroindustri sebagai sektor penggerak-nya.

Sebagai salah satu implementasi dari strategi tersebut, yaitu pada tahun 2003 diselenggarakan kegiatan **Pilot Proyek Pengolahan Susu Pasteurisasi** pada dua provinsi (Jawa Barat dan Jawa Tengah). Pada pilot proyek tersebut tidak semata-mata dibangun fisik alat pengolahan susu, akan tetapi juga dibangun kelembagaan dan sistemnya. Melalui pilot proyek tersebut, diharapkan dapat dijadikan suatu model pengembangan industrialisasi pedesaan berbasis susu sapi rakyat, di mana para peternak susu sapi perah dan para pelaku agribisnis *off farm* akan memperoleh nilai tambah yang berkeadilan dan berkelanjutan. Model tersebut akan

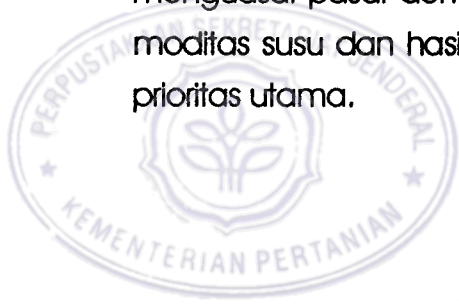


dijadikan pola pengembangan industrialisasi pedesaan berbasis susu sapi rakyat pada Kabupaten/Provinsi yang memiliki potensi pengembangan susu sapi rakyat.

5.2. Peningkatan Daya Serap Pasar Domestik

Potensi pasar domestik untuk produk-produk pertanian sangat besar, apabila penduduk Indonesia dengan jumlah \pm 220 juta jiwa yang mempunyai daya beli seperti masyarakat maju sekitar 5% saja, maka besarnya pasar domestik sudah lebih dari setengah besarnya pasar Singapura. Negara-negara maju memperhitungkan Indonesia sebagai pasar produk pertamanya dan produk-produk lainnya dengan perhitungan sekitar 10% penduduk dengan daya beli yang mampu menjangkau harga yang mereka tawarkan, maka besarnya pasar ini sudah mencapai lebih dari 20 juta jiwa.

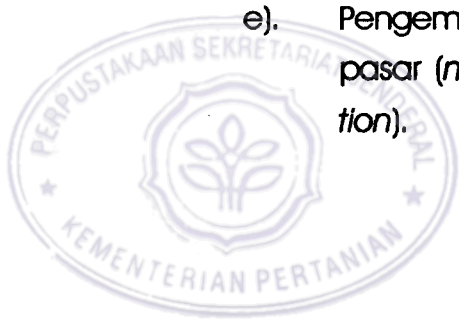
Dari gambaran tersebut di atas, menunjukkan bahwa pasar domestik hasil pertanian segar dan olahannya sangat besar dan prospektif. Oleh karena itu, menguasai pasar domestik atau pasar sendiri untuk komoditas susu dan hasil olahannya harus mendapatkan prioritas utama.



Tujuan yang hendak dicapai dalam pengembangan pasar domestik, adalah : (a) terciptanya dan bertambahnya pasar yang pasti bagi produk-produk segar dan olahan hasil peternakan; (b) berkurangnya ancaman dari produk-produk segar dan olahan peternakan (susu sapi) yang datang dari luar negeri karena konsumen lokal berpihak pada produk sendiri.

Kegiatan-kegiatan pengembangan pasar domestik, antara lain :

- a). Promosi produk-produk hasil peternakan di suatu wilayah melalui penciptaan pasar seperti promosi minum "susu segar";
- b). Pengembangan infrastruktur pemasaran dalam rangka memperluas pasar domestik, seperti terminal dan sub terminal agribisnis, pasar ternak modern, dan lain sebagainya;
- c). Pengembangan perdagangan antar pulau atau antar provinsi di dalam satu pulau;
- d). Pengembangan produk khas dengan ceruk pasar (*niche market*) tertentu;
- e). Pengembangan sistem penyidikan dan informasi pasar (*market intelligence and market information*).



5.3. Pengembangan Ekspor Hasil Pertanian

Arah pengembangan ekspor hasil pertanian difokuskan pada produk-produk olahan hasil pertanian yang memberikan nilai tambah lebih besar bagi perekonomian nasional. Oleh karena itu, pengembangan agroindustri mutlak diperlukan.

VI. LANGKAH-LANGKAH OPERASIONAL PELAKSANAAN INDUSTRIALISASI PEDESAAN BERBASIS SUSU SAPI PERAH

Tahapan operasional kegiatan industrialisasi pedesaan berbasis susu sapi perah adalah (1) identifikasi potensi pasar susu olahan; (2) identifikasi potensi wilayah sentra produksi sapi perah; (3) rancang bangun pengembangan industrialisasi pedesaan; (4) sosialisasi rencana industrialisasi; (5) pelatihan bagi para pelaku utama dan aparat pendamping; (6) operasionalisasi pelaksanaan industrialisasi pedesaan; dan (7) pendampingan.



6.1. Identifikasi Pasar Susu Olahan

Pasar adalah merupakan acuan/rujukan bagi pengembangan industrialisasi pedesaan berbasis susu. Melalui berbagai kegiatan penelitian terhadap permintaan komoditas susu olahan (susu pasteurisasi, *yoghurt*, susu kental manis, dll.) akan dapat dijadikan bahan dalam menyusun perencanaan pengembangan industrialisasi pedesaan berbasis susu.

Survei potensi pasar dapat dilakukan melalui penyebaran kuisioner kepada rumah tangga di perkotaan pada berbagai strata ekonomi. Berdasarkan hasil survei tersebut dapat disimpulkan apakah ada permintaan yang nyata terhadap produk susu sapi olahan.

6.2. Identifikasi Wilayah Sentra Produksi Sapi Perah

Kegiatan identifikasi tersebut difokuskan pada rumah tangga peternak, rata-rata pemilikan sapi perah, penyediaan pakan (hijauan dan konsentrat), rata-rata produksi susu per hari yang dihasilkan di setiap rumah tangga peternak.



Kelembagaan peternak (kelompok dan koperasi) apakah perannya dirasakan oleh para anggota. Populasi ternak-ternak sapi perah di wilayah desa, kecamatan dan kabupaten yang bersangkutan selama kurun waktu 5 tahun terakhir.

6.3. Rancang Bangun Pengembangan Industrialisasi Pedesaan

Berdasarkan hasil survei potensi pasar dan potensi wilayah sentra produksi sapi perah dapat dijadikan bahan penyusunan rancang bangun pengembangan industrialisasi pedesaan. Besarnya angka permintaan produk susu olahan akan dijabarkan pada penyediaan alat pengolah susu (alat pasteurisasi) yang didukung oleh potensi usaha sapi perah di wilayah tersebut.

Sebagai contoh misalnya Kota Semarang membutuhkan susu pasteurisasi per hari 2.500 liter, permintaan tersebut akan dipenuhi oleh Koperasi Susu Andiniluhur dengan alat pasteurisasi berkapasitas 500 liter per jam (sehari 5 jam kerja) atau setara 2.500 liter per hari.



Koperasi tersebut membutuhkan susu segar minimal 2.500 per hari secara kontinyu yang harus disediakan oleh para peternak sapi perah di wilayah tersebut. Apabila rata-rata produksi sapi per hari per ekor 10 liter maka diperlukan sapi yang sedang laktasi minimal 250 ekor.

Perlu mendapatkan perhatian adalah alat transportasi dari industri pengolahan ke konsumen di perkotaan. Pemilikan alat transportasi yang tepat secara teknis maupun ekonomi akan mendukung upaya efisiensi usaha.

6.4. Sosialisasi Rencana Industrialisasi

Pada tahapan ke-4 ini merupakan tahapan penyampaian ide kepada semua pihak yang terkait dalam pengembangan industrialisasi pedesaan berbasis susu sapi. Ide tersebut dituangkan dalam suatu **Business Plan** yang jelas dan terukur sehingga mudah dipahami oleh semua pihak yang akan terkait dalam bisnis susu tersebut.



Apabila ide tersebut diterima oleh semua pihak yang terkait maka perlu dituangkan dalam suatu ***komitmen bersama*** secara tertulis dalam bentuk ***Rencana Usaha Bersama***. Langkah selanjutnya meningkat pada tahapan 5, yaitu pelatihan.

6.5. Pelatihan Bagi Pelaku Utama dan Aparat Pendamping

Pelatihan diselenggarakan atas dasar kebutuhan materi di tingkat lapangan (*need assessment*). Khusus bagi para pelaku utama materi pelatihan difokuskan pada peningkatan jiwa *entrepreneur*; kemampuan manajerial; kepemimpinan; dan pelatihan yang bersifat teknis.

Pelatihan untuk aparat pendamping, materinya disesuaikan dengan kebutuhan di lapangan terutama untuk memperlancar usaha tersebut.



6.6. Operasionalisasi Pelaksanaan Industrialisasi Pedesaan

Pada tahapan ini adalah tahapan pelaksanaan yang dimulai apabila tahapan-tahapan persiapan sudah dilaksanakan secara matang berdasarkan hasil evaluasi pendahuluan. Peran dan fungsi masing-masing pelaku utama mulai melaksanakan kegiatan sesuai dengan jadwal yang telah disepakati bersama. *On going evaluation* dilakukan untuk menilai dan memperbaiki kinerja para pelaku utama sesuai tugas dan fungsinya masing-masing.

6.7. Pendampingan

Keberhasilan usaha terutama bagi para pemula sangat ditentukan adanya upaya pendampingan dari aparat/petugas dalam rangka ikut memecahkan permasalahan yang terjadi, maupun memberikan fasilitasi demi kelancaran usaha. Pendampingan terus dilakukan sampai usaha tersebut dianggap mandiri.



Petugas/aparat pendamping terlebih dahulu harus dilatih sesuai dengan tugas dan fungsinya masing-masing. Kewajiban pemerintah; BUMN dan dunia usaha berkontribusi melatih aparat pendamping.

VII. KEBIJAKAN PROTEKSI DAN PROMOSI

7.1. Kebijakan Umum

Melihat potensi dan keunggulan produk pertanian, peluang sebagai substitusi impor dan andalan ekspor, keterkaitan yang sangat erat dengan pembangunan pedesaan, pengentasan kemiskinan, maupun ketahanan pangan, beberapa komoditas pertanian mutlak harus dipromosikan atau dikembangkan. Selama proses promosi inilah maka komoditas-komoditas tersebut perlu diberikan perlindungan dalam bentuk kebijakan perdagangan. Promosi tersebut merupakan program yang terencana dengan langkah-langkah yang jelas sekaligus dengan *time frame* yang juga terencana.

Komoditas yang berkaitan erat dengan pembangunan pedesaan, pengentasan kemiskinan, dan ketahanan pangan merupakan komoditas strategis. Bukan tidak mungkin komoditas ini juga sekaligus memiliki keunggulan komparatif, atau paling tidak potensi keung-



gulan komparatif yang apabila dipromosikan akan berpeluang sebagai substitusi impor dan akan menjadi andalan ekspor. Yang termasuk dalam kategori ini adalah komoditas-komoditas yang secara tradisional merupakan produk yang diekspor. Beberapa komoditas peternakan merupakan komoditas yang memiliki potensi keunggulan komparatif yang dapat menggantikan impor dan bahkan satu ketika dapat menjadi andalan ekspor. Namun demikian, harus dikelola secara modern dan dengan skala usaha yang ekonomis.

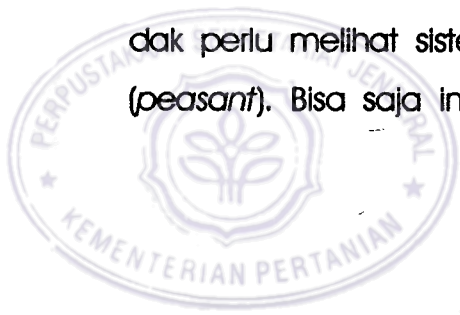
Visi dalam mempromosikan sektor pertanian sudah sangat tepat dirumuskan, yaitu : "... terwujudnya sistem dan **usaha agribisnis yang berdaya saing ...**". Yang kurang adalah manakala "**usaha agribisnis**" hendak diwujudkan, yang dibayangkan oleh para perencana adalah petani atau pertanian (*peasant*) yang ada saat ini hendak diubah menjadi usaha-usaha agribisnis sekaligus yang berdaya saing. Hal ini bukan tidak mungkin terjadi, tetapi kita harus menunggu 50 tahun lagi, kalau terjadi, karena pengalaman menunjukkan selama 50 tahun terakhir tidak banyak perubahan dalam struktur pertanian kita. Memang sudah banyak kemajuan, yaitu mengangkat pertanian *peasant* ke tingkat yang lebih



baik. Namun, untuk dikatakan sebagai usaha agribisnis yang berdaya saing, masih jauh dari harapan.

Yang dibutuhkan dalam rangka menterjemahkan visi tersebut adalah pemilahan yang tegas antara *peasant* dan *farming*, kemudian merumuskan kebijakan, program dan rencana serta langkah-langkah yang jelas terpisah dalam rangka mempromosikan masing-masing sistem. Untuk sistem *peasant*, maka apa yang telah dilaksanakan selama ini dapat terus dilanjutkan dan disempurnakan, karena permasalahan *peasant* adalah *transfer of wealth*. Inilah sebabnya program yang dilakukan selama ini tidak terlalu berhasil dengan fenomenal. Apabila program BLM juga tidak begitu berhasil, ini pun bukan hal yang aneh. Diharapkan, tentu dalam perjalanannya sebagian dari mereka atau keturunannya akan menjalankan usaha agribisnis yang kompetitif.

Dalam merencanakan sistem *farming*, maka tidak perlu melihat sistem pertanian yang sekarang ini (*peasant*). Bisa saja ini dilakukan, tapi hanya sebagai



bahan rujukan dan pembanding. *Farmers* harus dirancang dari yang ideal, lalu ditarik mundur bagaimana mewujudkannya. Seolah-olah kita merancang pertanian masa depan yang siap menghadapi era globalisasi, yang mampu bersaing dengan petani negara lain (maju) paling tidak sama dengan pertanian/petani di negara-negara tersebut. Hal-hal yang kita dengar selama ini: masalah mutu, masalah penolakan, masalah *delivery*, masalah volume dan kontinuitas, masalah selera konsumen, dll., adalah masalah yang hanya dapat diselesaikan dengan rancang bangun ulang (*reengineering*). Yang ada di sini adalah pemikiran ulang yang fundamental dan *redesign* yang mendasar, yang membuat proses bisnis (agribisnis) kompetitif bahkan sempurna di segala indikator-indikator produk sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen. Inilah **pertanian modern**.

Pertanian modern memerlukan investasi. Prinsip dasar dari sumber daya keuangan adalah bahwa mengalir ke kegiatan usaha yang memberikan *return* yang lebih besar. Sampai saat ini, *return* yang terbesar dalam perekonomian adalah dalam bidang *trading*. Kegiatan



produktif, apalagi di bidang pertanian dengan *gestation period* yang lama dan resiko yang relatif besar, menjadi pilihan investasi bukan pada urutan pertama. Di sinilah perlu peranan pemerintah. Kalau dibiarkan kepada pasar, maka tidak terlalu banyak diharapkan dari para pelaku usaha untuk berkiprah di agribisnis, apalagi menjadi petani (tingkat *proprietorship*).

Syarat pertama dari suatu pertanian modern adalah sumber daya manusianya. Sumber daya manusia yang dimaksudkan di sini ialah yang memiliki jiwa wirausaha, keahlian bertani, jujur, serta menguasai teknologi. Sumber daya ini sebenarnya tersedia dalam jumlah yang besar di negara ini. Berapa banyak alumni Fakultas Pertanian di seluruh Indonesia sampai saat ini dan berapa banyak yang menjadi petani?. Boleh dikatakan saat ini semua provinsi memiliki satu atau lebih universitas dengan Fakultas Pertanian. Banyak di antara mereka ini yang sudah memiliki pengalaman bertani (dari keluarga petani). Yang menjadi masalah adalah sebagian besar dari mereka tidak mengetahui bagaimana memulai, bertani apa (*business venture*-nya), sumber dana



dari mana dan bagaimana mendapatkannya, teknologi yang tersedia, dipasarkan ke mana dan terakhir bagaimana mengelolanya (manajemennya).

Sebagian dari alumnus ini dapat diseleksi secara ketat, dipilihkan secara bersama-sama bidang usaha yang nantinya digeluti dengan skala usaha yang ekonomis, dibantu mencari pasarinya, dilatih bahkan dibantu menjalankan usahanya dalam suatu proses inkubasi sampai pada akhirnya dia dilepas. Alumni sebagai calon petani, dengan persiapan melalui proses inkubasi diharapkan menjadi salah satu jaminan dalam mendapatkan modal dari bank. Di samping itu, pemerintah menyediakan dana *backup* yang dapat berperan sebagai "jaminan" bagi bank manakala terjadi kegagalan (*default*). Dengan ketersediaan aparat dan fasilitas pendukung sampai di daerah-daerah, maka tugas untuk menjalankan inkubasi ini dapat dimandatkan kepada Direktorat Jenderal Bina Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian (Ditjen BPPHP) dengan argumentasi bahwa Ditjen inilah yang dapat melihat semua kegiatan agribisnis secara lengkap. Sedangkan tugas-tugas da-



lam rangka *poverty alleviation*, *food security* dan *rural development* diserahkan pada Ditjen Bina Produksi. Dalam jangka panjang strategi ini diharapkan akan menyelesaikan masalah *poverty alleviation*, *food security* dan *rural development*.

Sumber daya lahan yang selama ini dipertanyakan sebenarnya tidak terlalu mahal. Apabila praktek pertanian modern dijalankan, maka margin dari peningkatan produktivitas dapat menutup biaya sewa lahan, bahkan biaya-biaya *input* lainnya, dan masih tetap memberikan keuntungan. Di samping itu, untuk lahan-lahan ex pemerintah dapat di-HGU-kan kepada petani modern.

Dalam bidang teknologi di era globalisasi sebaiknya juga menempuh pemanfaatan teknologi global. Ini menuntut penyesuaian kebijakan dalam bidang perkarantinaan, dalam hal penyediaan benih atau bibit misalnya, dengan mengadopsi prinsip *global sourcing* dengan sedapat mungkin meminimumkan dampak negatif.



Selama periode promosi atau pengembangan baik pada komoditas strategis maupun komoditas berpotensi keunggulan komparatif dan komoditas andalan ekspor, perlu diberlakukan proteksi dalam bentuk tarif yang sesuai selama tenggang waktu pengembangan, yakni tiga sampai empat tahun untuk kemudian dievaluasi pada akhir tahun periode promosi. Khusus untuk komoditas strategis, proteksi diberlakukan untuk tenggang waktu yang lebih lama. Sedangkan untuk komoditas andalan ekspor, semua bentuk pajak dan pungutan-pungutan ekspor sebaiknya dihapuskan.

7.2. Tantangan dalam Penerapan Kebijakan Proteksi dan Promosi Sektor Pertanian serta Solusinya

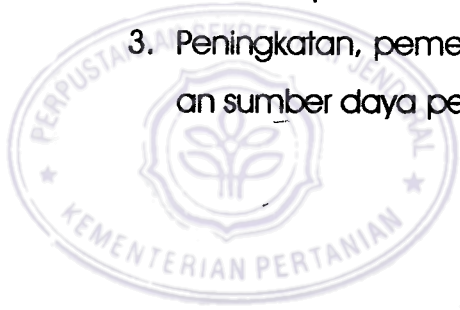
Dalam penerapan kebijakan proteksi dan promosi pertanian terdapat 5 aspek yang perlu dicermati, yaitu :

1. Restrukturisasi Komponen Pembangunan Sektor Pertanian, meliputi :

- Kebijakan makro lebih berpihak pada sektor pertanian;



- Penggunaan teknologi yang lebih ramah lingkungan;
 - Intervensi manajemen teknologi (*Techno managerial Intervention*);
 - Kebijakan yang lebih bersifat "*facilitating*" daripada "*regulating*";
 - Kebijakan dan pemberdayaan kepada ekonomi kerakyatan, Usaha Menengah, Kecil, Mikro dan Koperasi (UMKM & K);
 - Mengurangi (apabila memungkinkan) atau menghilangkan "*High Cost Economy*";
 - Menciptakan lingkungan bisnis yang kondusif (stabilitas ekonomi dan keuangan, standardisasi sertifikasi dan akreditasi kualitas produk).
2. Meningkatkan Daya Saing Nasional (*National Competitive Advantage*) berdasarkan tiga komponen, meliputi :
- Kualitas Sumber Daya manusia;
 - Konsistensi kebijakan;
 - Kemapanan hukum.
3. Peningkatan, pemeliharaan dan efisiensi penggunaan sumber daya pertanian, meliputi :



- Konservasi dan peningkatan efisiensi penggunaan lahan;
 - Efisiensi pemakaian sumber daya air;
 - Pemanfaatan kekayaan flora dan fauna serta kekayaan “*biodiversity*” lainnya.
4. Meningkatkan sistem manajemen informasi, meliputi:
- Peningkatan jaringan kerjasama perdagangan antara Indonesia dan negara ASEAN serta negara partner dagang lainnya;
 - Mengintensifkan penyediaan informasi pasar dalam kaitan dengan perdagangan domestik dan global;
 - Monitoring dan evaluasi perkembangan pasar produk pertanian dan hambatan perdagangan internasional (*tariff & non tariff*);
 - Penyadaran kepada masyarakat pentingnya menggunakan produk-produk pertanian dalam negeri, yang erat kaitannya dengan ketahanan pangan nasional.
5. Tantangan untuk teknologi dan sistem informasi, meliputi :
- Percepatan menggunakan kemajuan teknologi;



- Pergeseran ke arah ekonomi berbasis pengetahuan (*Knowledge Based Economy*);
- Pengembangan informasi, komunikasi dan teknologi (ICT) dalam rangka mendorong kemajuan teknologi;
- Meningkatkan kemampuan dan keahlian;
- Kemitraan dalam inovasi.

7.3. Kebijakan Proteksi dan Promosi Komoditi Peternakan

Daging Ayam

- Tarif Bea Masuk (TBM) daging ayam adalah sebesar 5% dan dipandang masih perlu ditingkatkan lagi paling tidak sampai ke tingkat *binding rate*-nya (40%) sesuai dengan kesepakatan WTO, walaupun dirasakan TBM tersebut masih perlu lebih tinggi lagi. Hal ini dimaksudkan untuk melindungi industri perunggasan di dalam negeri terhadap serangan impor dari luar, terutama dari negara produsen daging utama yang tingkat efisiensi industri perunggasannya relatif lebih efisien dibandingkan dengan Indonesia. Hal ini



menyebabkan harga daging ayam impor lebih murah dibandingkan harga produk yang sama di dalam negeri. Sejalan dengan itu, diterapkan pula kebijakan impor paha ayam dalam bentuk utuh dan pelarangan impor dalam bentuk potongan (SK Menteri Pertanian No. 745/1992) serta penerapan persyaratan ASUH (aman, sehat, utuh dan halal).

- Sejalan dengan kebijakan sertifikasi halal tersebut, maka dipandang perlu untuk melakukan pemantauan secara berkala mengenai aspek *food safety* dan *halal* terhadap Rumah Potong Unggas (RPU) dan prosedur pemotongan unggas. Selanjutnya dirumuskan prosedur dan sistem sertifikasi halal yang tepat sesuai dengan prinsip-prinsip harmonisasi dan non-diskriminatif. Dengan demikian, diharapkan RPU/*processing plant* yang mengimpor produknya ke Indonesia dapat lebih selektif dan memudahkan dalam pengawasannya. Hal ini tidaklah bertentangan dengan *Annex C SPS-WTO, Food Import/Export CAC* dan SK Menteri Pertanian No. 745/92.

- Selama ini produk daging ayam lokal masih kalah bersaing dengan produk impor dari segi harga ka-



rena biaya produksi produk impor yang efisien. Untuk itu, diperlukan perbaikan efisiensi produksi, khususnya biaya pakan yang merupakan komponen terbesar dari biaya produksi (70% dari total biaya produksi). Hal ini ditempuh dengan memanfaatkan sumber daya lokal yang tersedia yang dapat digunakan sebagai bahan baku pakan ternak. Beberapa hasil penelitian di bidang pakan ternak dapat dimanfaatkan dan aspek kontinuitas suplai harus mendapat perhatian, guna menjamin pasokan bahan baku secara kontinu. Di samping itu, perlu juga diterapkan aspek jaminan mutu melalui sistem HACCP, GMP (*Good Manufacturing Practices*) dan GP (*Good Practices*) baik di tingkat *on farm* maupun di tingkat *off farm* serta sertifikasi HACCP dan NKV (nomor control veteriner).

- Produk unggas lain yang memiliki keunggulan komparatif seperti ayam buras dan itik perlu mendapat perhatian dalam pengembangannya. Kedua komoditas ini diketahui cukup potensial untuk lebih dikembangkan lagi mengingat pasar domestik (khususnya ayam buras) dan ekspor (khususnya itik) cukup besar.



Susu

- Pengenaan Tarif Bea Masuk (TBM) bahan baku susu dan produk jadi sebesar 5%. Dipandang perlu adanya penerapan perbedaan tarif bea masuk bahan baku susu dan produk susu.
- Selama ini usaha peternakan sapi perah dan industri pengolahannya masih terkonsentrasi di Pulau Jawa. Sebagai akibatnya terjadi kompetisi lahan baik antara pertanian dengan peternakan maupun antara sektor pertanian dengan sektor lainnya (industri, perumahan, dan lain-lain). Sudah saatnya untuk mendorong pengembangan agribisnis sapi perah di luar Pulau Jawa mengingat lahan yang relatif masih memadai. Untuk itu, diperlukan investasi yang cukup besar baik di sisi *on farm* maupun *off farm* dan sarana pendukungnya (permodalan, transportasi, kemitraan, dll). Integrasi dengan sub sektor lainnya seperti dengan perkebunan dapat dilakukan di mana pakan ternak dapat diperoleh dari limbah hasil pertanian yang ada. Penerapan teknologi inseminasi buatan dapat pula dilakukan untuk mendukung percepatan populasi ternak sapi perah.



- Pengawasan mutu produk susu mulai dari *on farm* sampai ke tingkat konsumen (terutama yang dipasarkan langsung kepada konsumen) selama ini masih kurang, seperti terlihat dari ditolaknya susu karena tidak memenuhi standar kualitas. Untuk itu, perlu dilakukan penyuluhan mengenai GFP (*Good Farming Practices*) dan GMP (*Good Manufacturing Practices*) kepada para pelaku agribisnis peternakan sapi perah khususnya di tingkat peternak.
- Pengembangan industri olahan skala rumah tangga berbahan baku susu seperti karamel, kerupuk susu sudah dilakukan. Hal ini perlu didorong dan ditumbuhkembangkan guna mengurangi ketergantungan pemasaran pada Industri Pengolahan Susu (IPS) yang selama ini dilakukan oleh para peternak sapi perah.
- Kebiasaan minum susu pada masyarakat masih perlu ditingkatkan. Promosi konsumsi susu segar di dalam negeri dapat dilakukan pada anak-anak sekolah, lingkungan masyarakat, dan lain-lain.



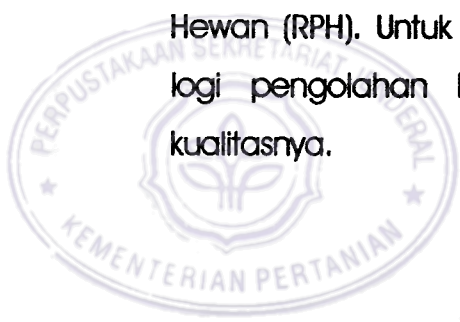
Kulit

- Kebijakan impor produk peternakan termasuk kulit dalam hubungannya dengan perlindungan industri peternakan dalam negeri terhadap kemungkinan penyebaran penyakit dari luar, maka Indonesia mengacu kepada daftar negara-negara yang tertular penyakit seperti yang dikeluarkan oleh OIE (Organisasi Kesehatan Hewan Dunia). Indonesia diakui sebagai salah satu negara yang bebas PMK. Untuk itu, perlu upaya-upaya preventif terhadap kemungkinan penularan penyakit tersebut yang dapat merugikan industri peternakan di dalam negeri, selain juga perlindungan terhadap konsumen produk hewani.
- Meningkatnya ekspor kulit ke luar negeri membawa dampak pada perolehan devisa bagi negara. Namun demikian, industri pengolahan kulit di dalam negeri menjadi kekurangan bahan baku. Untuk itu, diperlukan suatu upaya untuk melindungi industri perkulitan di dalam negeri. Memperindag telah menyampaikan kepada Menkeu melalui surat No. 03/MPP/1/2001 tentang usulan pengenaan PE kulit mentah 30% dan *wet blue* 20%. Hal ini dimaksudkan



untuk mencegah banyaknya ekspor kulit mentah dan setengah jadi, sehingga industri perkulitan di dalam negeri mendapat jaminan pasokan bahan baku. Berkembangnya industri perkulitan di dalam negeri juga akan meningkatkan pendapatan bagi negara berupa pajak, yang pada akhirnya akan dipergunakan untuk pembangunan masyarakat termasuk di dalamnya masyarakat petani-peternak (dampak secara tidak langsung). Selain itu, ketersediaan bahan baku kulit juga akan mendukung pengembangan industrialisasi di pedesaan yang berbasiskan peternakan.

- Ketersediaan kulit di dalam negeri sangat ditentukan oleh populasi ternak produsen kulit, yakni sapi, kambing dan domba. Oleh karenanya, untuk meningkatkan pasokan kulit di dalam negeri perlu dilakukan pengembangan *on farm* khususnya peningkatan populasi ternak penghasil kulit.
- Kualitas kulit sangat ditentukan oleh penanganannya sejak mulai dari proses pengulitan di Rumah Potong Hewan (RPH). Untuk itu, perlu dikembangkan teknologi pengolahan kulit di RPH untuk menjamin kualitasnya.



Telur

- Pengenaan Tarif Bea Masuk (TBM) telur sebesar 5% untuk semua jenis telur (kecuali telur unggas untuk ditetaskan) TBM-nya sudah mencapai 0%.
- Teknologi pengolahan telur masih terbatas pada teknologi pembuatan telur asin. Masih ada teknologi pengolahan yang dapat dimanfaatkan untuk memperpanjang daya tahan telur misalnya telur instant, sehingga dapat memberikan nilai tambah yang lebih besar.
- Pemasyarakatan konsumsi produk olahan (telur pindang, telur asin, dll).
- Pemanfaatan limbah hasil industri telur sebagai bahan baku kerajinan rakyat (*home industry*).
- Memfasilitasi perkembangan investasi pada industri peternakan ayam dan itik petelur.
- Mengembangkan teknologi penyimpanan dan pengemasan untuk memperpanjang daya tahan telur.
- Promosi produk olahan di pasar luar negeri.
- Penerapan *quality assurance* melalui sistem HACCP, GMP (*Good Manufacturing Practices*), GP (*Good Practices*) baik di tingkat *on farm* maupun *off farm*.
- Sertifikasi HACCP dan NKV (Nomor Kontrol Veteriner).



VIII. PENUTUP

Salah satu indikator terjadinya pembangunan pada suatu sektor yaitu adanya investasi baik yang bersumber dari pengusaha maupun dari masyarakat pelaku agribisnis itu sendiri. Investasi akan berkembang apabila didukung adanya iklim usaha yang kondusif dicirikan dengan adanya kemudahan-kemudahan dalam perijinan usaha, permodalan, pasar dan dukungan IPTEK serta infrastruktur yang memadai.

Selain hal tersebut, juga perlu ditumbuhkembangkan jiwa wirausaha pada masyarakat pelaku agribisnis sehingga mau dan mampu menangkap setiap peluang usaha agribisnis yang menguntungkan. Jiwa wirausaha juga dicirikan dengan adanya motivasi berprestasi (*achievement motivation*) yang tinggi tumbuh di setiap jiwa insan pelaku agribisnis yang beradab.

Hal lain yang perlu mendapatkan perhatian yaitu tumbuh dan berkembangnya kelembagaan ekonomi masyarakat pelaku agribisnis, sehingga usaha mereka



menjadi lebih produktif, efisien dan semakin kuat posisi tawar mereka ketika berhadapan dengan sektor pasar atau perusahaan mitra.

Kondisi tersebut di atas terus dipacu dan dikembangkan dengan berbagai strategi dan kebijakan, namun hal tersebut tidak akan berhasil dengan baik dalam implementasi di lapangan tanpa adanya dukungan dari peran serta aktif dari masyarakat, Pemerintah Daerah serta dukungan dari semua unsur yang terkait.

Semoga apa yang kita cita-citakan bersama mendapat Ridho dari Allah Subhanahuwata'ala. Amin.



LAMPIRAN

(Foto-foto Susu)





Foto 1. Menteri Pertanian Meninjau Alat Pasteurisasi Susu Pada Acara Hari Pangan Sedunia di Ambarawa

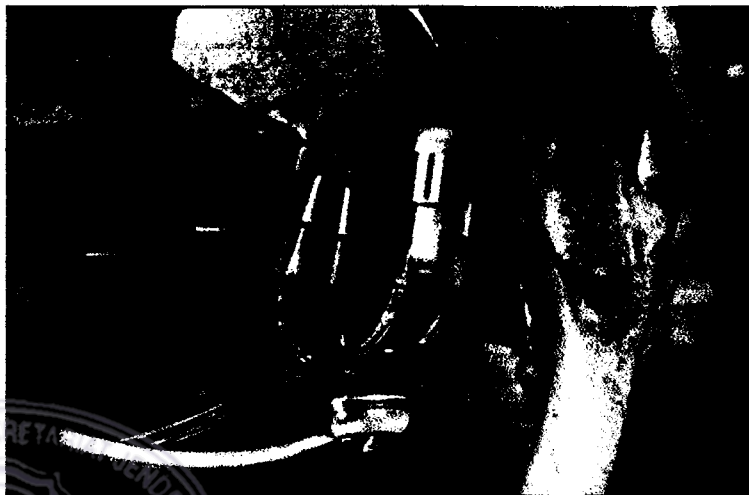


Foto 2. Pemerahan Susu di Cikole



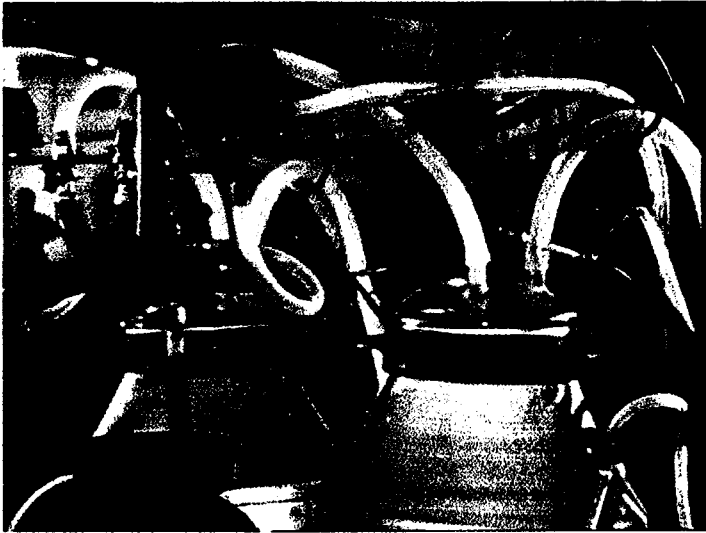


Foto 3. *Milk Can* di Cikole



Foto 4. Pemerahan Susu di Cikole





Foto 4. Alat Prosesing Susu

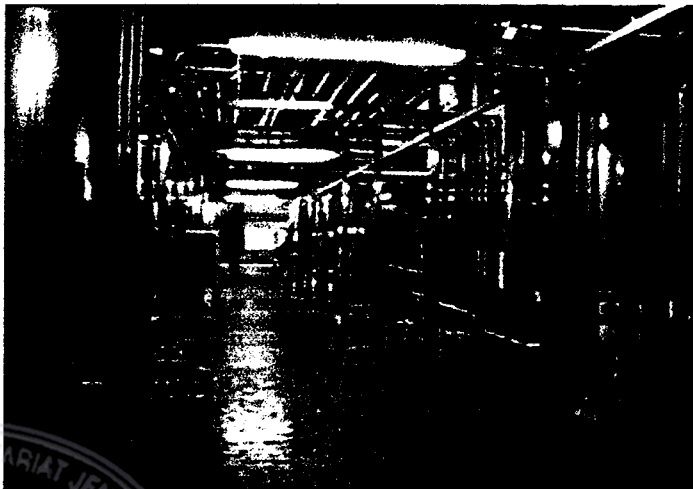


Foto 5. Alat Prosesing Susu





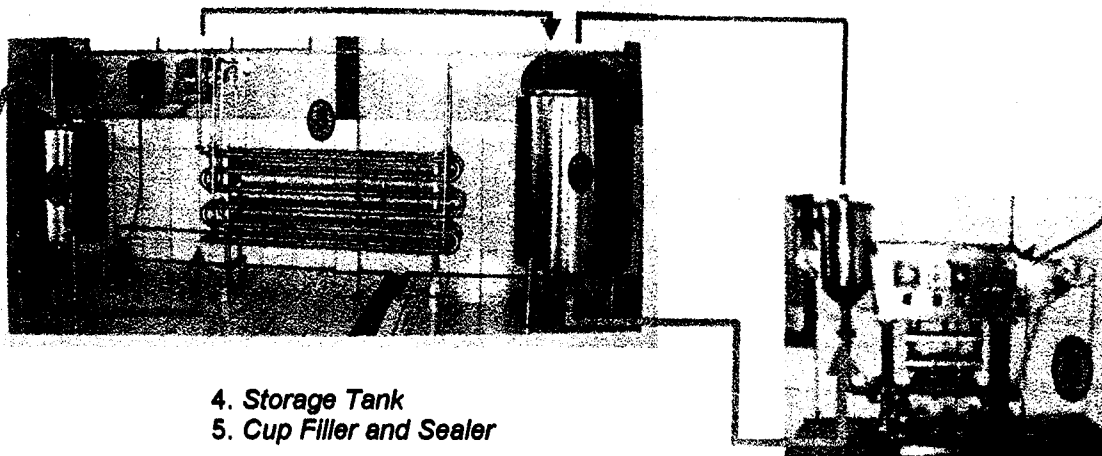
Foto 6. Pabrik Pengolahan Susu



Foto 7. Minum Susu



1. *Tippling Tank*
2. *Receiving Tank*
3. *Tubular Pasteurisasi*



4. *Storage Tank*
5. *Cup Filler and Sealer*

Foto 8. Unit Pasteurisasi Susu



