

KEBIJAKAN DAN PROGRAM PEMBANGUNAN PENGOLAHAN DAN PEMASARAN HASIL PERTANIAN 2001-2004



DIREKTORAT JENDERAL
BINA PENGOLAHAN &
PEMASARAN HASIL PERTANIAN
DEPARTEMEN PERTANIAN



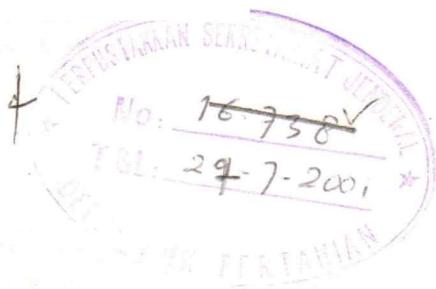
KEBIJAKAN DAN PROGRAM PEMBANGUNAN PENGOLAHAN DAN PEMASARAN HASIL PERTANIAN 2001-2004

631:338.43

DIN.

K.

2.582



**DIREKTORAT JENDERAL
BINA PENGOLAHAN &
PEMASARAN HASIL PERTANIAN
DEPARTEMEN PERTANIAN**



DAFTAR ISI

	Halaman
I. PENDAHULUAN	1
II. KONDISI, MASALAH, TANTANGAN DAN PELUANG	4
2.1. Kondisi	4
2.2. Masalah	6
2.3. Tantangan	8
2.4. Peluang	9
III. VISI DAN MISI	10
IV. TUJUAN DAN SASARAN	11
V. STRATEGI	12
VI. KEBIJAKAN	14
VII. PROGRAM dan KEGIATAN	15
7.1. Program dan Kegiatan Utama	15
7.2. Fokus Komoditas	22
VIII. INDIKATOR KINERJA	23
IX. PENUTUP	24
LAMPIRAN	26

Lampiran I : Bagan Strategi Kebijakan dan Program Pembangunan Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian

Lampiran II : Matriks Penjabaran Rencana Strategis Pembangunan Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian 2001 – 2004

Lampiran III : Model-model Implementasi Program Pembangunan Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian



I. PENDAHULUAN

Garis-garis Besar Haluan Negara 1999-2004 mengamanatkan tercapainya masyarakat Indonesia yang sejahtera. Untuk menuju masyarakat sejahtera tersebut maka pembangunan perekonomian nasional dikembangkan dengan bertumpu pada sektor yang didukung oleh sumberdaya domestik dan memiliki peluang usaha, yaitu sektor agribisnis, yang merupakan sinergi antara pertanian, agroindustri, dan jasa-jasa yang menunjang pertanian. Membangun sistem dan usaha-usaha agribisnis yang kuat berarti membangun pertumbuhan sekaligus pemerataan sehingga terjadi keseimbangan antar sektor dan antar wilayah.

Dengan landasan tersebut maka visi pembangunan pertanian dirumuskan oleh Departemen Pertanian sebagai berikut: **terwujudnya masyarakat yang sejahtera khususnya petani melalui pembangunan sistem agribisnis dan usaha-usaha agribisnis yang berdaya saing, berkerakyatan, berkelanjutan, dan terdesentralisasi.** Agribisnis merupakan konsepsi kesisteman yang utuh, terintegrasi, dan bersifat mega sektor, terdiri atas subsistem agribisnis hulu, subsistem usaha tani (*on farm*), subsistem agribisnis hilir, dan subsistem jasa-jasa penunjang.

Pembangunan pertanian selama ini terlampau berorientasi kepada usahatani (*on farm agribusiness*) dengan sasaran utama peningkatan produksi dan kurang mengacu kepada sistem agribisnis, sehingga hasilnya tidak sesuai dengan potensi yang dimilikinya, baik terhadap perekonomian nasional maupun khususnya bagi para petani sebagai

pelaku usaha terbesar sektor ini. Pada masa yang akan datang, subsistem hilir yang meliputi pengolahan dan pemasaran hasil pertanian merupakan rangkaian subsistem agribisnis hilir yang sangat strategis terutama bagi peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat khususnya para petani, sehingga oleh karenanya perlu mendapat perhatian yang sungguh-sungguh.

Ruang lingkup kegiatan pembangunan pengolahan dan pemasaran hasil pertanian adalah pembangunan sistem dan usaha-usaha di bidang pengolahan hasil pertanian yang meliputi kegiatan-kegiatan penanganan pasca panen dan pengolahan produk yang menghasilkan produk segar, produk olahan utama, produk ikutan, dan produk limbah, serta pembangunan pemasarannya, baik pasar domestik maupun pasar internasional.

Manfaat yang dapat diperoleh melalui pembangunan pengolahan dan pemasaran hasil pertanian adalah: (1) terciptanya wawasan agribisnis dan budaya industri (*industrial culture*) pada masyarakat; (2) meningkatnya pendapatan dan kesejahteraan petani melalui peningkatan produktivitas dan nilai tambah; (3) meningkatnya perolehan devisa bagi negara; (4) berkembangnya kegiatan *off-farm* yang berupa aktivitas-aktivitas pasca panen, pengolahan, pemasaran, dan jasa-jasa; (5) tumbuhnya industri-industri di perdesaan sehingga dapat menciptakan agropolitan (pengembangan wilayah); (6) berkembangnya investasi di perdesaan sehingga aliran dana yang selama ini dari desa ke kota berubah menjadi dari kota ke desa; (7) bertambahnya lapangan kerja; serta (8) berkurangnya arus urbanisasi, dan lain sebagainya.

Membangun sistem dan usaha-usaha di bidang pengolahan dan pemasaran hasil pertanian membutuhkan program dan koordinasi baik di tingkat nasional, regional, maupun daerah. Untuk itu Rencana Strategik ini disusun berdasarkan paradigma: (1) membangun ekonomi kerakyatan dengan antisipasi 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, mengutuhkan, dan mengembangkan yang telah ada (*existing*) berdasarkan potensi daerah, (5) mengembangkan perencanaan dari bawah (*bottom up planning*) dan bersifat transparan, partisipatif, dan demokratis, (6) keseimbangan antar kawasan, terutama antara Kawasan Timur Indonesia (KTI) dengan Kawasan Barat Indonesia.

Dengan pertimbangan tersebut Direktorat Jenderal Bina Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian menyusun Rencana Strategik Pembangunan Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian sebagai bentuk penjabaran dan bagian dari Rencana Strategik Pembangunan Pertanian secara keseluruhan yang disusun oleh Departemen Pertanian. Rencana strategik ini merupakan pedoman bagi unit-unit kerja pada Direktorat Jenderal Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian untuk menjabarkan kegiatan operasionalnya dan bagi instansi lain yang terkait baik di Pusat maupun Daerah agar dapat melakukan sinkronisasi dan sinergisme kegiatan, serta bagi pelaku usaha untuk dapat memanfaatkan peluang dan menyesuaikan gerak langkahnya bersama Pemerintah dalam membangun agribisnis di tanah air.



II. KONDISI, MASALAH, TANTANGAN, DAN PELUANG

Untuk menyusun strategi pembangunan yang tepat, perlu ditemu-kenali kondisi (kinerja) saat ini, masalah dan tantangan yang dihadapi, terutama di bidang pengolahan dan pemasaran hasil pertanian.

2.1. Kondisi

Berbeda dari produk non-pertanian, produk pertanian memiliki karakteristik khusus yaitu mudah rusak (*perishable*), beragam kualitas dan kuantitas (*variability*), dan *bulky* dengan resiko fluktuasi harga yang cukup tinggi. Untuk meningkatkan daya saing dan nilai tambah produk-produk pertanian diperlukan pengembangan pengolahan dan industri hilirnya. Selama ini peran agroindustri dalam peindustrian nasional cukup besar; pangsa nilai tambahnya dalam industri non-migas sebesar 80,70 %, kesempatan kerja 74,90%, dan efek pengganda nilai tambah sebesar 3,23. Fakta ini menunjukkan bahwa agroindustri yang bergerak di sektor makanan, perikanan, peternakan, dan perkebunan merupakan sektor komplemen yang dapat dikembangkan untuk mendorong pertumbuhan sektor pertanian dan perdesaan. Sektor agroindustri ini merupakan pilar strategis pembangunan sektor pertanian (Badan Litbang Deptan, Desember 2000).

Data Departemen Perindustrian dan perdagangan memperlihatkan bahwa pada tahun 1999 terdapat 2.075 unit usaha agro industri skala menengah dan besar, yang menyerap tenaga kerja sekitar 950.000 orang, dengan nilai produksi sebesar Rp. 41 trilyun dan nilai ekspor US \$ 3 milyar. Agroindustri yang menonjol adalah minyak sawit, minyak

kelapa, kalengan ikan, produk kakao, margarin, *confectionary*, kalengan buah-buahan, MSG, pakan ternak, dan rokok. Selama masa krisis 1998 dan 1999 nilai produksinya mengalami kenaikan sebesar 5,66%, nilai ekspor naik 13,67%, dan jumlah tenaga kerja naik 2,11%. Selama masa itu, kelompok industri yang berkembang adalah pengolahan berbasis kelapa sawit, ubi kayu, dan ikan; dan yang bertahan antara lain adalah industri pengolahan tepung terigu, susu, dan rokok.

Pada sisi lain, pemberdayaan masyarakat tani dan pedesaan sangat erat kaitannya dengan upaya penumbuh-kembangan usaha produktif di tingkat rumah tangga yang dapat menghasilkan nilai tambah bagi petani. Selama ini dari pangsa (*share*) usaha pertanian terhadap pendapatan rumah tangga pedesaan sebesar 60.45 % sebagian besar (54,35%) berasal dari kegiatan *on-farm*, dan hanya 6,10 % saja yang berasal dari kegiatan *off-farm*¹, sedangkan kegiatan pengolahan hasil (agroindustri) merupakan kegiatan terpenting bagi penciptaan nilai tambah dalam rangkaian agribisnis. Dengan kata lain, bahwa industri pengolahan hasil pertanian dan pemasarannya belum berkembang, terutama di pedesaan.

Kegiatan-kegiatan penanganan pasca panen dan pengolahan hasil pertanian, termasuk pemanfaatan produk samping dan limbahnya (diversifikasi produk) pada umumnya masih sangat kurang. Produk pertanian kita pada umumnya dipasarkan dalam bentuk primer (belum diolah), sehingga bernilai rendah dan rentan terhadap fluktuasi harga. Harga komoditas primer umumnya cenderung menurun, sedangkan harga produk olahan cenderung meningkat. Ekspor hasil pertanian pun

¹ Hasil PATANAS 1999 (PSE-Badan Litbang Deptan dan Bank Dunia, Juni 2000)

lebih banyak dari komoditas tradisional seperti hasil perkebunan dan dalam bentuk produk primer. Secara kualitatif, kita belum sepenuhnya dapat memanfaatkan peluang ekspor yang ada. Di pasar domestik, sebagian besar produk pertanian lokal kalah bersaing dengan produk impor, karena rendahnya efisiensi dan mutu serta tampilan produk.

Pada sisi pemasaran hasil pertanian masih pula dicirikan oleh berbagai kelemahan baik dari segi prasarana dan sarana fisiknya maupun perangkat peraturan dan perundangannya serta sistem distribusi, informasi, dan sebagainya.

2.2. Masalah

Permasalahan yang dihadapi di bidang pengolahan dan pemasaran hasil pertanian yang sekaligus merupakan isu pokok dalam pembangunan pengolahan dan pemasaran hasil pertanian antara lain adalah:

1. Rendahnya daya saing produk pertanian, baik segar maupun olahan, yang disebabkan oleh rendahnya mutu dan tampilan produk (tidak sesuai tuntutan pasar), rendahnya tingkat efisiensi produksi dan pemasaran, rendahnya akses pelaku usaha terhadap informasi, lemahnya budaya pemasaran dan kewirausahaan pelaku, serta minimnya sarana dan prasarana pengolahan dan pemasaran hasil pertanian.
2. Rendahnya tingkat keberlanjutan usaha-usaha pengolahan dan pemasaran hasil pertanian yang disebabkan oleh: kecilnya skala usaha (tidak mencapai skala ekonomi); masih tersekatnya

subsistem produksi usahatani (*on farm*) dengan pengolahan dan pemasaran; tidak berbasis sumberdaya lokal; belum berorientasi pasar; pemanfaatan teknologi yang kurang ramah lingkungan dan belum adanya sistem insentif penerapan teknologi ramah lingkungan; ketergantungan kepada komponen impor untuk bahan baku maupun bahan penolong; perubahan tata ruang wilayah; kurang profesionalnya SDM; serta lemahnya kemitraan dan kelembagaan usaha.

3. Pembangunan pengolahan dan pemasaran hasil pertanian belum banyak menyentuh masyarakat bawah khususnya para petani kecil dan oleh karenanya hasilnya pun belum banyak dinikmati oleh mereka. Belum tercerminnya sifat kerakyatan dalam sistem dan usaha-usaha pengolahan dan pemasaran hasil pertanian ini disebabkan oleh berbagai kendala seperti: kebijakan makro yang kurang mendukung/berpihak kepada petani kecil; rendahnya akses petani terhadap modal, teknologi, dan pasar; mekanisme pasar yang tidak sehat; kesenjangan infrastruktur antara perdesaan dan perkotaan; serta minimnya kelembagaan ekonomi di perdesaan.
4. Pembangunan pengolahan dan pemasaran hasil pertanian selama ini belum mencerminkan akomodasi dan partisipasi penuh dari masyarakat dan pemerintah daerah, karena perencanaan lebih bersifat *top down*, dan kebijakan pembangunan industri nasional kurang memperhatikan (tidak berbasis) sumberdaya domestik.

2.3. Tantangan

1. Perlunya menyikapi tuntutan pembangunan ekonomi domestik dan perubahan lingkungan ekonomi internasional, baik karena pengaruh liberalisasi ekonomi maupun karena perubahan-perubahan fundamental dalam pasar produk pertanian internasional.
2. Perlunya menyikapi perubahan pada sisi permintaan yang menuntut kualitas tinggi, kuantitas besar, ukuran seragam, ramah lingkungan, kontinuitas produk dan penyampaianya secara tepat waktu, serta harga yang kompetitif. Dari sisi penawaran yang terkait dengan produksi, perlu diperhatikan masalah pengurangan luas lahan produktif, perubahan iklim yang tidak menentu akibat fenomena El-Nino dan La-Nina serta pemanasan global, adanya penerapan bioteknologi dalam proses produksi dan pasca panen, dan aspek pemasaran.
3. Untuk menjadikan produk pertanian mempunyai daya saing kuat, baik di dalam maupun diluar negeri dibutuhkan pengetahuan secara detil preferensi konsumen yang berkembang, termasuk meningkatnya tuntutan konsumen akan informasi nutrisi serta jaminan kesehatan dan keamanan produk-produk pertanian. Hal ini juga tampak dari upaya setiap negara untuk menyusun dan melegalisasi standarisasi dan sertifikasi mutu pangan. Secara umum terdapat kecenderungan pemberlakuan *non-tariff barrier* dan *tariff escalation* bagi produk olahan.
4. Perwujudan ekonomi dari kepedulian masyarakat akan kelestarian lingkungan dan hak asasi manusia telah memaksa masuknya aspek lingkungan dan hak asasi manusia dalam keputusan ekonomi, baik konsumsi, produksi, maupun perdagangan.

5. Munculnya negara-negara pesaing (*competitor*) yang menghasilkan produk sejenis semakin mempersulit pengembangan pasar produk agribisnis, baik di negara-negara tujuan ekspor tradisional maupun negara-negara tujuan ekspor baru (wilayah potensial pengembangan).

2.4. Peluang

1. Pada sisi lain, peluang permintaan bagi produk-produk pertanian baik segar maupun olahan hasil pertanian masih sangat besar, terutama di pasar domestik dengan penduduk yang melebihi 200 juta jiwa merupakan pasar potensial. Indonesia masih mengimpor bahan pangan cukup besar seperti beras, jagung, kedelai, dan daging.
2. Peluang ekspor terbuka terutama bagi negara-negara pengimpor wilayah non-tradisional seperti Asia Timur, Asia Selatan, Timur tengah, dan Eropa Timur.
3. Kelimpahan sumberdaya alam dan letak geografis di wilayah tropis merupakan potensi besar bagi pengembangan agribisnis. Beberapa komoditas unggulan telah memiliki sentra produksi *on-farm*, yang hanya membutuhkan keterpaduan dengan industri pengolahan dan pemasarannya.
4. Permintaan produk pertanian olahan baik pangan maupun non pangan cenderung mengalami kenaikan setiap tahun, sebagai akibat peningkatan kesejahteraan penduduk, kepraktisan, dan perkembangan teknologi hilir bagi diversifikasi pemanfaatan produk pertanian (bahan bakar, kosmetika, dll).
5. Tersedianya bengkel-bengkel alat dan mesin pertanian di daerah serta tersedianya tenaga kerja terutama pemuda dan wanita di

perdesaan yang merupakan potensi bagi pengembangan usaha-usaha pengolahan dan pemasaran hasil pertanian di perdesaan.

III. VISI DAN MISI

Mengacu pada GBHN 1999-2004, Visi Pembangunan Pertanian adalah “terwujudnya masyarakat yang sejahtera khususnya petani melalui pembangunan sistem agribisnis dan usaha-usaha agribisnis yang berdaya saing, berkerakyatan, berkelanjutan, dan terdesentralisasi”. Sebagai penjabaran lebih lanjut, Visi Pembangunan Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian adalah: **"mempercepat terwujudnya kesejahteraan masyarakat khususnya petani melalui pembangunan sistem dan usaha pengolahan dan pemasaran hasil pertanian yang berdaya saing, berkerakyatan, berkelanjutan, dan terdesentralisasi"**. Untuk itu misi yang diemban adalah:

1. Mendorong terciptanya keterpaduan sentra-sentra produksi pertanian dengan industri pengolahan dan pemasaran.
2. Mendorong peningkatan daya saing komoditas pertanian dan hasil olahannya di pasar domestik dan pasar ekspor.
3. Mendorong terciptanya jaminan mutu produk-produk segar dan olahan hasil pertanian.
4. Memasyarakatkan teknologi pengolahan dan rekayasa penciptaan nilai tambah lainnya.
5. Menciptakan iklim yang kondusif bagi tumbuh-kembangnya wirausaha-wirausaha dan kelembagaan yang mandiri, serta industri pertanian yang berkelanjutan.
6. Mendorong terciptanya sistem informasi pengolahan dan pemasaran hasil pertanian yang lebih efektif dan efisien.

7. Mengembangkan sistem dan usaha pengolahan dan pemasaran hasil pertanian yang efisien, berkeadilan, dan ramah lingkungan.
8. Mendorong tumbuhnya industri penunjang

IV. TUJUAN DAN SASARAN

Tujuan pembangunan pengolahan dan pemasaran hasil pertanian adalah: (1) meningkatkan pendapatan petani dan pelaku agribisnis lainnya melalui peningkatan efisiensi dan perolehan nilai tambah dari usaha-usaha pengolahan dan pemasaran hasil pertanian yang berkelanjutan; (2) Menciptakan lapangan kerja melalui penumbuhkembangan usaha-usaha dibidang pengolahan dan pemasaran hasil pertanian, serta usaha-usaha industri penunjang dan jasa-jasa.

Adapun sasaran yang hendak dicapai dalam pembangunan pengolahan dan pemasaran hasil pertanian adalah:

1. Meningkatnya nilai tambah produk pertanian, terutama yang dinikmati petani, melalui peningkatan produksi dan keragaman produk olahan serta penerapan jaminan mutu sesuai tuntutan pasar. Pendapatan petani diharapkan meningkat sebesar 5-10%.
2. Meningkatnya efisiensi pengolahan dan pemasaran hasil pertanian, yang antara lain tercermin dari meningkatnya pangsa pasar produk pertanian lokal di pasar domestik dan pasar internasional. Volume dan nilai ekspor hasil pertanian meningkat sebesar 5% per tahun dan bertambahnya negara tujuan ekspor.
3. Tumbuh kembangnya usaha-usaha pengolahan dan pemasaran hasil pertanian serta usaha penunjang lainnya (skala kecil, menengah dan koperasi maupun skala besar) di pedesaan, yang

memenuhi persyaratan: skala ekonomi, berorientasi pasar, menerapkan sistem jaminan mutu, berdasar sumber daya dan budaya lokal, serta ramah lingkungan. Diharapkan akan terbina 37.500 unit usaha pengolahan hasil pertanian skala rumah tangga, sementara usaha agro industri skala menengah dan besar naik sebesar 5 % per tahun.

4. Meningkatnya investasi agribisnis hilir, baik Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN), maupun Penanaman Modal Asing (PMA). Investasi agribisnis diharapkan naik sebesar 25% hingga tahun 2004.
5. Tumbuhnya wirausahawan-wirausahawan dibidang pengolahan dan pemasaran hasil pertanian.
6. Tumbuhnya industri penunjang dan lembaga perekonomian di pedesaan.
7. Tersedianya sarana dan prasarana bagi usaha-usaha bidang pengolahan dan pemasaran hasil pertanian.

V. STRATEGI

Dalam rangka mewujudkan tujuan dan sasaran pembangunan sistem dan usaha-usaha pengolahan dan pemasaran hasil pertanian sebagai bagian dari upaya pencapaian tujuan pembangunan pertanian secara keseluruhan maka strategi kebijakan yang ditempuh mengacu kepada pemecahan masalah dan atau isu pokok pembangunan agribisnis yang tercermin dalam rumusan visinya, yaitu: **daya saing, berkelanjutan, berkerakyatan, dan terdesentralisasi**. Untuk hal tersebut beberapa strategi yang perlu dilakukan dalam pembangunan pengolahan dan pemasaran hasil pertanian adalah:

1. Meningkatkan keterlibatan dan peran serta masyarakat, swasta dan kelembagaan agribisnis dalam usaha pengolahan dan pemasaran hasil pertanian.
2. Meningkatkan peran serta kelembagaan sosial budaya dan kelembagaan ekonomi yang telah mengakar dan menyatu di masyarakat dalam pengolahan dan pemasaran hasil pertanian.
3. Meningkatkan koordinasi, efisiensi dan efektifitas pelayanan dalam pengolahan dan pemasaran hasil pertanian.
4. Meningkatkan sinergi perdagangan antar daerah dan antar komoditi.
5. Meningkatkan sinergi antar assosiasi dibidang pengolahan dan pemasaran hasil pertanian, baik di pusat maupun di daerah.
6. Menyesuaikan dan menyempurnakan ketentuan-ketentuan serta kebijakan, agar tercipta iklim yang kondusif bagi pengembangan sistem dan usaha pengolahan dan pemasaran hasil pertanian.
7. Keberpihakan kepada petani kecil dan Usaha Kecil Menengah (UKM) dalam pengolahan dan pemasaran hasil pertanian dengan tetap mendorong usaha-usaha skala besar.
8. Mengembangkan promosi, misi dagang, dan penguatan fungsi atase pertanian serta assosiasi dan lembaga perwakilan Indonesia di luar negeri.
9. Mendorong terciptanya sumberdaya manusia (SDM) yang andal dibidang perdagangan (*traders*), *market intelegence* dan negosiasi.
10. Mendorong kebijakan makro yang kondusif untuk pengembangan investasi di bidang pengolahan dan pemasaran hasil pertanian termasuk industri penunjang yang ramah lingkungan dan berkelanjutan.
11. Memfokuskan kepada komoditas unggulan dengan memperhatikan aspek pasar dan sumberdaya, serta revitalisasi



industri pertanian yang sudah ada dan mendukung pengembangan kluster industri.

Dinamika pembangunan industrialisasi pertanian dengan penerapan strategi tersebut tetap memperhatikan semangat Otonomi Daerah yang tertuang dalam Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999.

VI. KEBIJAKAN

Dengan memperhatikan masalah dan tantangan yang dihadapi serta potensi dan peluang yang ada, maka berdasarkan misi yang diemban sebagaimana diuraikan di muka, kebijakan pembangunan pengolahan dan pemasaran hasil pertanian dirumuskan sebagai berikut:

1. Pembangunan sistem dan usaha-usaha pengolahan dan pemasaran hasil pertanian diarahkan pada peningkatan daya saing melalui pembinaan perbaikan mutu dan tampilan produk pertanian, pemanfaatan teknologi tepat guna yang ramah lingkungan, peningkatan efisiensi pemasaran dan promosi, serta mendukung pengembangan kluster industri.
2. Pembangunan sistem dan usaha-usaha pengolahan dan pemasaran hasil pertanian didasarkan atas sumberdaya dan budaya lokal, pemanfaatan teknologi ramah lingkungan, dan orientasi pasar.
3. Pengembangan usaha-usaha pengolahan dan pemasaran hasil pertanian skala rumah tangga, usaha kecil menengah (UKM) dan koperasi dilakukan dengan mengembangkan akses terhadap modal, teknologi, dan pasar serta bimbingan kewirausahaan.
4. Seluruh kegiatan pembangunan pengolahan dan pemasaran hasil pertanian dilakukan dengan pola pemberdayaan pelaku usaha

serta keterlibatan penuh dari masyarakat dalam perencanaan, pelaksanaan, dan tanggung jawab serta resiko.

5. Pembangunan pengolahan dan pemasaran hasil pertanian sepenuhnya didukung oleh kebijakan pengembangan IPTEK yang memadai.
6. Pelaksanaan pembangunan pengolahan dan pemasaran hasil pertanian oleh Direktorat Jenderal Bina Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian diarahkan pada upaya melayani, memfasilitasi dan melindungi kepastian berusaha bagi pelaku usaha.

VII. PROGRAM DAN KEGIATAN

Berdasarkan arah dan strategi kebijakan yang ditempuh maka kegiatan Pembangunan Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian Tahun 2001-2004 dilaksanakan melalui **2 (dua) Program** yang dijabarkan dalam **7 Kegiatan Utama**, yang mencakup keempat subsektor yaitu : **Tanaman Pangan, Hortikultura, Perkebunan, dan Peternakan**, dengan fokus beberapa komoditas unggulan sebagai komoditas prioritas nasional.

7.1. Program dan Kegiatan Utama

Sejalan dengan Program Pembangunan Nasional (PROPENAS) serta Kebijakan dan Program Pembangunan Pertanian maka kegiatan pembangunan pengolahan dan pemasaran hasil pertanian dilaksanakan melalui : **(1) Program Pengembangan Agribisnis** dan **(2) Program Peningkatan Ketahanan Pangan**. Kedua program tersebut dijabarkan dalam kegiatan utama sebagai berikut:

1. Pengembangan Pengolahan Hasil-hasil Pertanian

Pengembangan pengolahan hasil pertanian diarahkan bagi terwujudnya sistem pengolahan hasil pertanian yang terintegrasi dengan sentra-sentra produksi pertanian dan pemasarannya, termasuk keterpaduan dengan industri penunjang dan industri hilirnya dalam kluster industri. Sasaran yang ingin dicapai adalah tumbuhkembangnya usaha-usaha di bidang pengolahan hasil pertanian yang efisien dan berkelanjutan. Program ini dirancang untuk mengembangkan usaha produktif di perdesaan yang dapat menciptakan nilai tambah, yaitu industri-industri rumah tangga. Pengembangan Pengolahan Hasil Pertanian Skala Kecil merupakan upaya terobosan dalam rangka percepatan tumbuh-kembangnya unit-unit industri pengolahan hasil pertanian di perdesaan dengan maksud terbentuknya agro-industri yang memenuhi skala ekonomi. Disamping itu juga tetap memperhatikan pengembangan industri pengolahan skala besar, terutama merevitalisasi industri yang sudah ada. Ruang lingkup program ini meliputi:

- ✓ Perumusan kebijakan pengembangan sistem dan usaha-usaha pengolahan hasil pertanian
- ✓ Penanganan kegiatan pasca panen
- ✓ Pengembangan sarana usaha pengolahan hasil pertanian
- ✓ Pengembangan usaha pengolahan hasil pertanian skala kecil
- ✓ Pengembangan teknologi strategis pengolahan hasil pertanian
- ✓ Pengembangan diversifikasi produk olahan pertanian
- ✓ Pembinaan industri pengolahan hasil pertanian skala usaha menengah dan besar

2. *Pengembangan Pemasaran Dalam Negeri untuk Hasil Pertanian*

Pengembangan pemasaran dalam negeri diarahkan bagi terciptanya mekanisme pasar yang transparan dan berkeadilan, sistem pemasaran yang efisien, serta meningkatnya pangsa pasar produk lokal di pasar domestik (dalam negeri) dan meningkatnya konsumsi terhadap produk pertanian Indonesia. Program ini meliputi :

- ✓ Pengembangan kebijakan pemasaran hasil pertanian
- ✓ Pengembangan sistem informasi pemasaran
- ✓ Pengembangan sistem jaringan dan mekanisme serta usaha-usaha pemasaran
- ✓ Peningkatan kecintaan terhadap produk pertanian nusantara

3. *Pengembangan Pemasaran Internasional untuk Hasil Pertanian*

Pengembangan pemasaran internasional ini dimaksudkan untuk percepatan peningkatan ekspor hasil-hasil pertanian, baik dalam bentuk segar maupun olahan, sehingga dapat meningkatkan pangsa pasar produk lokal di pasar internasional dan sekaligus meningkatkan perolehan devisa bagi negara. Ruang lingkup kegiatannya meliputi:

- ✓ Pengembangan analisis peluang dan hambatan ekspor serta pengendalian impor produk pertanian.
- ✓ Pengembangan kebijakan dan fasilitasi percepatan sistem dan prosedur ekspor hasil pertanian.
- ✓ Pengembangan kerjasama internasional bidang pemasaran hasil pertanian.
- ✓ Peningkatan promosi pemasaran produk pertanian

4. *Pengembangan Sistem Jaminan Mutu Hasil Pertanian*

Pengembangan Sistem Jaminan Mutu Hasil Pertanian diarahkan untuk mewujudkan kemampuan petani dan pelaku usaha agribisnis dalam memberikan jaminan mutu sesuai dengan persyaratan pasar. Arah ini diwujudkan melalui pengembangan dan pembinaan sistem jaminan mutu secara terpadu antara petani sebagai pemasok dengan agroindustri dan eksportir sebagai penerima bahan baku, disamping sistem jaminan mutu bagi proses dan produk olahan (agroindustri).

Untuk mengakselerasi kemampuan pelaku agribisnis dalam berbagai level tersebut diperlukan dukungan kegiatan-kegiatan sebagai berikut:

- ✓ Kerjasama dan harmonisasi untuk mengurangi dan menghilangkan hambatan ekspor.
- ✓ Pengembangan dan pemasyarakatan standar dan pedoman-pedoman penerapan jaminan mutu.
- ✓ Pembinaan sertifikasi dan lembaga pelayanan sertifikasi yang profesional.
- ✓ Pengembangan informasi dan Sumberdaya manusia profesional dalam fasilitasi, supervisi dan verifikasi penerapan sistem jaminan mutu.
- ✓ Penciptaan jaminan mutu melalui kerjasama strategis.

5. *Pengembangan Agribisnis Berwawasan Lingkungan (Eco-agribusiness)*

Dalam rangka mewujudkan sistem dan usaha agribisnis yang berdaya saing dan berkelanjutan ada dua isu utama lingkungan yang perlu dijawab. **Pertama**, meningkatkan tuntutan masyarakat global akan

produk agribisnis yang memenuhi atribut : (a) ramah lingkungan (*eco-labelling*) dan (b) aman dikonsumsi (*food safety*). *Kedua*, kurang diperhatikannya aspek lingkungan ke dalam kegiatan agribisnis di Indonesia sehingga mengakibatkan: (a) penurunan produktivitas sumberdaya alam; (b) meningkatnya biaya *input* dan proses kegiatan agribisnis untuk memenuhi standar mutu pasar; dan (c) terancamnya keberlanjutan (*sustainability*) kegiatan agribisnis dalam jangka panjang.

Program ini tersusun dari sub-program pengembangan *Eco-Agroindustri*, *Eco-Farming* dan *Organic-Farming*, yang saling mendukung dan secara keseluruhan merupakan implementasi dari kebijakan dan strategi yang difokuskan pada pengembangan instrumen sistem pengelolaan lingkungan untuk mewujudkan sistem dan usaha agribisnis yang berdaya saing dan berkelanjutan. Program pengembangan Eco-agribisnis menyangkut seluruh rangkaian kegiatan agribisnis, baik sub-sektor agribisnis hulu (*up-stream agribusiness*), sub-sektor usahatani (*on-farm agribusiness*), maupun sub-sektor agribisnis hilir (*down-stream agribusiness*).

Sasaran program ini adalah:

- Meningkatnya daya saing dan kualitas produk agribisnis karena memenuhi atribut *eco-labelling* dan *food safety* yang dituntut konsumen sehingga memacu ekspor;
- Berkembangnya usaha baru (terutama mikro, kecil dan menengah) dan kesempatan kerja produktif di sub-sektor agribisnis hulu dan hilir yang mendukung kegiatan pengembangan *eco-agribusiness* sehingga meningkatkan kesejahteraan rakyat di pedesaan;



- Terpeliharanya kualitas dan produktivitas sumberdaya alam sehingga menjamin pengembangan agribisnis yang berkelanjutan dalam jangka panjang;
- Meningkatnya efisiensi, efektivitas dan produktivitas proses produksi agribisnis karena penerapan instrumen pengelolaan lingkungan, sehingga meningkatkan kesejahteraan masyarakat agribisnis.

Beberapa kegiatan pokok antara lain :

- ✓ Pemanfaatan limbah bagi kegiatan agribisnis
- ✓ Pengembangan pertanian organik dan teknologi pengolahan berwawasan lingkungan
- ✓ Pengembangan tanaman sumber energi (bio-diesel)
- ✓ Peningkatan peran masyarakat dalam pengelolaan lingkungan
- ✓ Pengembangan sistem informasi lingkungan

6. *Pengembangan Kelembagaan dan Kewirausahaan (Pemasaran, Kemitraan, Koperasi, Kelompok Usaha)*

Kegiatan utama ini dimaksudkan sebagai upaya terobosan untuk mengatasi minimnya wirausaha-wirausaha di bidang agribisnis termasuk *traders* (pedagang) serta mendorong terwujudnya kelembagaan sosial ekonomi yang tangguh di pedesaan. Keduanya merupakan pelaku usaha yang bergerak langsung di lapangan dan kepada mereka semua keberhasilan program pembangunan bergantung. Beberapa kegiatan pokok antara lain:



- ✓ Pengembangan Inkubator Agribisnis
- ✓ Pengembangan Agribisnis melalui Lembaga Yang Mengakar di Masyarakat (LM3)
- ✓ Pengembangan Asosiasi-asosiasi dan koperasi-koperasi agribisnis (terutama di tingkat petani)
- ✓ Pengembangan Investasi Agribisnis
- ✓ Kerjasama internasional di bidang pengembangan usaha agribisnis
- ✓ Penguatan kelembagaan pangan masyarakat

7. Pengembangan Sistem Informasi dan Jaringan Kerja Agribisnis

Upaya meningkatkan posisi tawar petani, dimungkinkan bila petani mempunyai akses ke sistem informasi pasar yang terbuka. Untuk menciptakan hal tersebut, perlu diwujudkan sistem informasi pasar yang saling-berhubungan antara Pusat dan Daerah, dimana data dan informasi tersebut dapat dimanfaatkan oleh pelaku agribisnis, pemerintah dan petani serta para pemakai lainnya. Informasi diharapkan dapat memberikan data akurat tentang komoditas, areal panen, stock, volume dan harga sesuai lokalitas masing-masing baik untuk tingkat produsen ataupun konsumen. Hubungan yang dinamis antara Pusat dan Daerah memerlukan fasilitas komunikasi yang mutakhir, antara lain memakai "Jaringan Internet" dan memanfaatkan "Home-page" yang akan diciptakan pada setiap simpul informasi baik di Tingkat Pusat, Propinsi dan Kabupaten yang mencerminkan sentra produksi dan konsumsi.

Untuk meningkatkan mutu pelayanan terhadap pelaku agribisnis dan konsumen dalam upaya meningkatkan pertumbuhan ekonomi, maka perlu dibangun suatu sistem pelayanan bisnis terpadu

yang dapat diwujudkan melalui penumbuhan “Terminal Agribisnis” sebagai “*One Stop Agribusiness Center*” dimana para pelaku agribisnis dapat memperoleh informasi, pelayanan jasa-jasa, dan dapat melakukan transaksi bisnis.

Beberapa kegiatan pokok antara lain:

- ✓ Pengembangan jaringan internet untuk pengolahan dan pemasaran
- ✓ Penumbuhan Terminal Agribisnis / SubTerminal Agribisnis
- ✓ Pengembangan sistem informasi pasar
- ✓ Pengembangan formulir elektronik
- ✓ Pelatihan tenaga di bidang sistem informasi pasar

7.2. Fokus Komoditas

Secara nasional pembangunan pengolahan dan pemasaran hasil pertanian difokuskan pada beberapa komoditas unggulan sebagai prioritas, yaitu:

1. Tanaman Pangan:

padi, jagung, kedelai, ubi kayu, ubi jalar, kacang hijau, kacang tanah, dan pangan alternatif.

2. Hortikultura:

- Sayuran: cabai, tomat, bawang merah, kentang, buncis, jamur, dan kubis
- Buah-buahan: pisang, mangga, jeruk, manggis, melon, pepaya, durian, salak.
- Tanaman hias: mawar, anggrek, gladiol, krisan, anyelir, lili, anthurium, drachaina.
- Aneka Tanaman: jahe, kencur, kunyit, dan lidah buaya.

3. Perkebunan:
kelapa sawit, karet, kopi, kakao, teh, tebu/gula, kelapa, lada, jambu mete, cengkeh, tembakau, kapas, minyak atsiri, komoditi unggulan daerah (spesifik lokasi).

4. Peternakan:
Sapi potong, kambing, domba, ayam petelur, ayam buras, itik, kerbau, sapi perah, ayam potong, dan aneka ternak.

VIII. INDIKATOR KINERJA

Dalam rangka mengukur tingkat keberhasilan program pembangunan pengolahan dan pemasaran hasil pertanian, beberapa indikator keberhasilan dalam rentang waktu 2001-2004 ditetapkan sebagai berikut:

1. Meningkatnya produksi dan keragaman produk olahan pertanian, serta jaminan mutu dan tampilan produk pertanian.
2. Menurunnya tingkat kehilangan hasil pada penanganan pasca panen
3. Meningkatnya pangsa pasar produk pertanian di pasar domestik dan pasar internasional.
4. Terciptanya kebijakan yang kondusif bagi berkembangnya pengolahan dan pemasaran hasil pertanian.
5. Berkembangnya usaha pengolahan hasil pertanian skala rumah tangga, usaha kecil dan menengah (UKM) dan Koperasi.
6. Meningkatnya produktivitas dan efisiensi pengolahan dan pemasaran hasil pertanian.

7. Terpeliharanya kualitas dan produktivitas sumberdaya alam sehingga menjamin pengembangan agribisnis berkelanjutan, serta menurunkannya masalah-masalah (kerusakan) lingkungan.
8. Berkembangnya kelembagaan di bidang pengolahan dan pemasaran hasil pertanian.
9. Tersedianya informasi mengenai teknologi penanganan pasca panen, teknologi pengolahan, sarana, mutu (standar) dan pasar hasil pertanian.

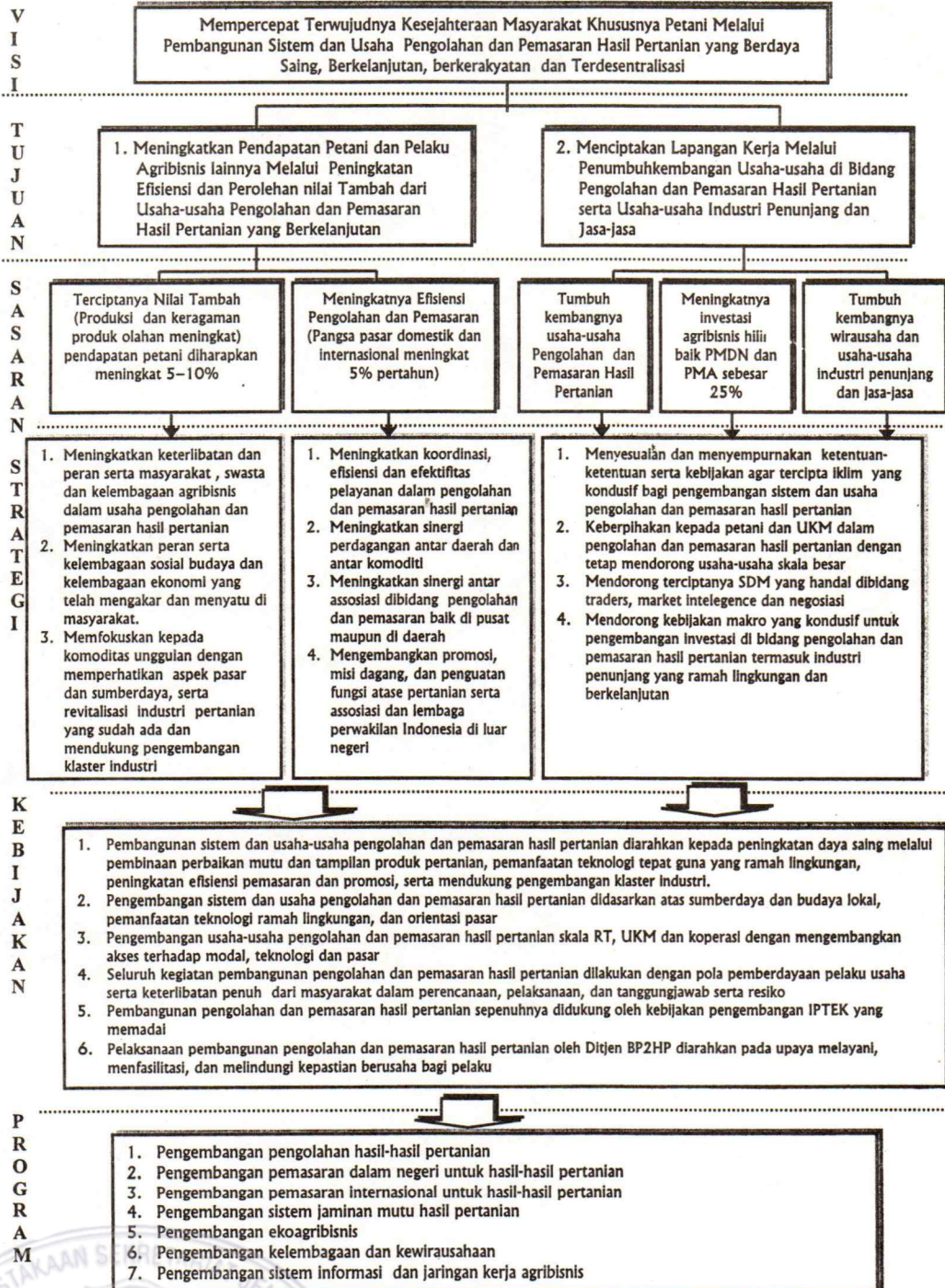
IX. PENUTUP

Perkembangan industri pertanian di tanah air selama ini dinilai belum dapat mengimbangi tuntutan dan potensi yang tersedia. Untuk itu penumbuhan industri pengolahan dan pemasaran pertanian yang berbasis di perdesaan perlu diarahkan dengan prinsip sebagaimana telah diuraikan pada bagian terdahulu. Disadari pula bahwa pengembangan sistem dan usaha-usaha pengolahan dan pemasaran hasil pertanian merupakan tugas yang sangat besar dan multi-dimensional, memerlukan partisipasi seluruh lembaga pemerintah dan non-pemerintah, para pakar, lembaga masyarakat serta praktisi bisnis.

LAMPIRAN

Lampiran I

BAGAN STRATEGI KEBIJAKAN DAN PROGRAM PEMBANGUNAN PENGOLAHAN DAN PEMASARAN HASIL PERTANIAN



Lampiran II

MATRIK PENJABARAN RENCANA STRATEGIS PEMBANGUNAN PENGOLAHAN DAN PEMASARAN HASIL PERTANIAN 2001 - 2004

ISU POKOK	MASALAH	MISI	SASARAN	STRATEGI	KEBIJAKAN	PROGRAM
DAYA SAING	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mutu rendah 2. Efisiensi produksi rendah 3. Efisiensi pemasaran rendah 4. Sistem informasi lemah 5. Budaya pemasaran & entrepreneurship lemah 6. Sarana/ prasarana minim 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mendorong daya saing 2. Mendorong keterpaduan sentra produksi-pasar 3. Mendorong jaminan mutu 4. Mendorong teknologi tepat guna 5. Mendorong wirausaha 6. Mendorong terciptanya sistem informasi 7. Mendorong sistem dan usaha pengolahan dan pemasaran hasil pertanian yang efisien, berkeadilan dan ramah lingkungan 8. Mendorong tumbuhnya industri-industri penunjang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mutu meningkat (sesuai pasar) 2. Produksi & keragaman produk meningkat 3. Pangsa pasar meningkat 4. Jaringan informasi terbentuk 5. Munculnya wirausahawan-wirausahawan 6. Tumbuhnya industri penunjang 7. Tersedianya sarana prasarana pengolahan dan pemasaran 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan koordinasi, efisiensi dan efektifitas pelayanan dalam pengolahan dan pemasaran hasil pertanian 2. Mengembangkan kluster industri 3. Meningkatkan sinergi perdagangan antar daerah dan antar komoditi 4. Mengoptimalkan pemanfaatan jaringan informasi 5. Memfokuskan pada komoditas unggulan 6. Meningkatkan sinergi antar assosiasi dibidang pengolahan dan pemasaran baik di pusat maupun di daerah 7. Mengembangkan promosi, misi dagang, dan penguatan fungsi atase pertanian serta assosiasi dan lembaga perwakilan Indonesia di luar negeri 8. Mendorong terciptanya SDM yang handal dibidang traders, market intelligence dan negosiasi 9. Mendorong kebijakan makro yang kondusif untuk pengembangan investasi di bidang pengolahan dan pemasaran hasil pertanian termasuk industri penunjang yang ramah lingkungan dan berkelanjutan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diarahkan kepada peningkatan daya saing melalui pembinaan perbaikan mutu & tampilan produk pertanian, pemanfaatan teknologi tepat guna yang ramah lingkungan, peningkatan efisiensi pemasaran dan promosi, serta mendukung pengembangan kluster industri 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengembangan pengolahan hasil-hasil pertanian 2. Pengembangan pemasaran dalam negeri untuk hasil-hasil pertanian 3. Pengembangan pemasaran internasional untuk hasil-hasil pertanian 4. Pengembangan sistem jaminan mutu hasil pertanian 5. Pengembangan eco agribisnis 6. Pengembangan kelembagaan dan kewirausahaan 7. Pengembangan sistem informasi dan jaringan kerja agribisnis

Direktori Jendral Bina Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian - Departemen Pertanian

Kebijakan dan Program Pembangunan, Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian 2001-2004



ISU POKOK	MASALAH	MISI	SASARAN	STRATEGI	KEBIJAKAN	PROGRAM
BERKELANJUTAN	<ol style="list-style-type: none"> 1. Belum berskala ekonomi 2. Belum sinkronnya antar sub sistem 3. Tidak berbasis sumber daya lokal 4. Belum berorientasi pasar 5. Teknologi kurang ramah lingkungan 6. Kualitas SDM kurang profesional 7. Ketergantungan kepada komponen impor untuk bahan baku dan bahan penolong 8. Perubahan tata ruang 9. Lemahnya kemitraan & kelembagaan usaha 10. Belum adanya sistem insentif penerapan teknologi ramah lingkungan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mendorong terciptanya keterpaduan sentra-sentra produksi pertanian dengan industri pengolahan dan pemasaran 2. Menciptakan iklim yang kondusif bagi tumbuhkembangnya wirausaha-wirausaha & kelembagaan yg mandiri, serta industri pertanian yang berkelanjutan 3. Mengembangkan sistem dan usaha pengolahan dan pemasaran hasil pertanian yang efisien, berkeadilan, ramah lingkungan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tumbuh kembangnya usaha-usaha pengolahan hasil pertanian di perdesaan, yang memenuhi persyaratan: skala ekonomi, berorientasi pasar, menerapkan sistem jaminan mutu, berbasis sumber daya & budaya lokal, serta ramah lingkungan 2. Meningkatkan produksi, serta keragaman produk hasil olahan pertanian 3. Meningkatnya investasi agribisnis hilir, baik PMDN maupun PMA 4. Meningkatnya pangsa pasar dan konsumsi produk olahan pertanian Indonesia 5. Tumbuhnya wirausaha-wirausaha di bidang pengolahan & pemasaran hasil pertanian 6. Tumbuhnya industri penunjang & lembaga-lembaga perekonomian perdesaan 7. Terciptanya jaminan usaha (tata ruang) dan sistem insentif bagi usaha ramah lingkungan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengembangkan kelompok-kelompok usaha 2. Memfokuskan kepada komoditas unggulan 3. Menumbuhkan, mengutuhkan, dan mengembangkan yang ada berdasarkan potensi sumberdaya 4. Mengembangkan klaster industri 5. Penyesuaian dan penyempurnaan ketentuan-ketentuan serta kebijakan agar tercipta iklim yang kondusif bagi pengembangan sistem dan usaha pengolahan dan pemasaran hasil pertanian 6. Mendorong terciptanya SDM yang handal dibidang traders, market intelligence dan negosiasi 7. Mendorong kebijakan makro yang kondusif untuk pengembangan investasi di bidang pengolahan dan pemasaran hasil pertanian termasuk industri penunjang yang ramah lingkungan dan berkelanjutan 	<ol style="list-style-type: none"> 2. Pengembangan sistem & usaha-usaha pengolahan & pemasaran hasil pertanian didasarkan atas sumber daya & budaya lokal, pemanfaatan teknologi ramah lingkungan, serta orientasi pasar 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengembangan pengolahan hasil-hasil pertanian 2. Pengembangan pemasaran dalam negeri untuk hasil-hasil pertanian 3. Pengembangan pemasaran internasional untuk hasil-hasil pertanian 4. Pengembangan sistem jaminan mutu hasil pertanian 5. Pengembangan eco agribisnis 6. Pengembangan kelembagaan dan kewirausahaan 7. Pengembangan sistem informasi dan jaringan kerja agribisnis



ISU POKOK	MASALAH	MISI	SASARAN	STRATEGI	KEBIJAKAN	PROGRAM
KERAKYATAN	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rendahnya akses modal, teknologi, dan pasar bagi petani kecil di pedesaan 2. Mekanisme pasar tidak sehat 3. Kebijakan makro tidak mendukung/berpihak 4. Kesenjangan infrastruktur antara pedesaan dengan perkotaan 5. Minimnya kelembagaan ekonomi di pedesaan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menciptakan iklim yang kondusif bagi tumbuh kembangnya wirausaha-wirausaha dan kelembagaan yang mandiri serta industri pertanian yang berkelanjutan 2. Mengembangkan sistem usaha pengolahan & pemasaran hasil pertanian yang efisien, berkeadilan dan ramah lingkungan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tumbuhkembangnya usaha-usaha pengolahan hasil pertanian di pedesaan, yang memenuhi persyaratan : skala ekonomi, berorientasi pasar, menerapkan sistem jaminn mutu berbasis sumber daya & budaya lokal serta ramah lingkungan 2. Tumbuhnya industri penunjang & lembaga-lembaga perekonomian pedesaan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan keterlibatan dan peran serta masyarakat, swasta dan kelembagaan agribisnis dalam usaha pengolahan dan pemasaran hasil pertanian 2. Meningkatkan peran serta kelembagaan sosial budaya dan kelembagaan ekonomi yang telah mengakar dan menyatu di masyarakat dalam pengolahan dan pemasaran hasil pertanian 3. Keberpihakan kepada petani kecil dan UKM dalam pengolahan dan pemasaran hasil pertanian dengan tetap mendorong usaha-usaha skala besar 4. Mendorong kebijakan makro yang kondusif untuk pengembangan investasu di bidang pengolahan dan pemasaran hasil pertanian termasuk industri penunjang yang ramah lingkungan dan berkelanjutan 	<ol style="list-style-type: none"> 3. Pengembangan usaha-usaha pengolahan & pemasaran hasil pertanian skala rumah tangga, UKM dan koperasi dengan melalui pengembangan akses terhadap modal, teknologi & pasar serta bimbingan kewirausahaan 4. Seluruh kegiatan pembangunan pengolahan & pemasaran hasil pertanian dilakukan dengan pola pemberdayaan pelaku usaha serta keterlibatan penuh dari masyarakat dalam perencanaan, pelaksanaan & tanggung jawab serta resiko 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengembangan pengolahan hasil-hasil pertanian 2. Pengembangan pemasaran dalam negeri untuk hasil-hasil pertanian 3. Pengembangan pemasaran internasional untuk hasil-hasil pertanian 4. Pengembangan sistem jaminan mutu hasil pertanian 5. Pengembangan eco agribisnis 6. Pengembangan kelembagaan dan kewirausahaan 7. Pengembangan sistem informasi dan jaringan kerja agribisnis



ISU POKOK	MASALAH	MISI	SASARAN	STRATEGI	KEBIJAKAN	PROGRAM
TERDESEN- TRALISASI	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perencanaan pembangunan agribisnis bersifat "top down" 2. Kebijakan pembangunan agribisnis bersifat "foot loose industry" 	UU No. 22/1999 dan PP 25/2000	Terciptanya bottom up planing dalam pembangunan pengolahan dan pemasaran hasil pertanian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melibatkan seluruh pelaku dan institusi agribisnis 2. Mengembangkan kapasitas dan mendorong nilai lembaga sosial ekonomi setempat 3. Menumbuhkan, mengutuhkan, mengembangkan yang ada 4. Meningkatkan sinergi perdagangan antar daerah dan antar komoditi 5. Meningkatkan sinergi antar assosiasi dibidang pengolahan dan pemasaran baik di pusat maupun di daerah 	<ol style="list-style-type: none"> 5. Pembangunan pengolahan dan pemasaran hasil pertanian sepenuhnya didukung oleh kebijakan pengembangan IPTEK yang memadai 6. Pelaksanaan pembangunan pengolahan & pemasaran hasil pertanian oleh Ditjen BP2HP diarahkan pada upaya melayani, memfasilitasi & melindungi kepastian berusaha bagi pelaku 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengembangan pengolahan hasil-hasil pertanian 2. Pengembangan pemasaran dalam negeri untuk hasil-hasil pertanian 3. Pengembangan pemasaran internasional untuk hasil-hasil pertanian 4. Pengembangan sistem jaminan mutu hasil pertanian 5. Pengembangan eco agribisnis 6. Pengembangan kelembagaan dan kewirausahaan 7. Pengembangan sistem informasi dan jaringan kerja agribisnis



Lampiran III.

Model-model Implementasi Program Pembangunan Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian

1. Pengembangan Usaha Pengolahan Hasil Pertanian Skala Kecil

Berbagai isu dan sekaligus masalah nasional sebagaimana diuraikan di muka pada umumnya bermuara di perdesaan. Salah satu kunci pemecahan masalahnya terletak pada kebutuhan akan adanya usaha produktif di perdesaan yang dapat menciptakan nilai tambah, yaitu industri-industri rumah tangga. Pengembangan Pengolahan Hasil Pertanian Skala Kecil merupakan upaya terobosan dalam rangka percepatan tumbuh-kembangnya unit-unit industri pengolahan hasil pertanian di perdesaan. Kelompok-kelompok rumah tangga yang memiliki potensi untuk mengembangkan industri pengolahan hasil pertanian difasilitasi oleh suatu lembaga pelayanan yang dibentuk khusus untuk itu yaitu Unit Pelayanan Pengembangan Pengolahan Hasil Pertanian (UP3HP) dengan maksud terbentuknya agro-industri yang memenuhi skala ekonomi.

Kegiatan lembaga pelayanan meliputi antara lain fasilitasi pengadaan bantuan peralatan, penerapan teknologi tepat guna, penerapan sistem manajemen mutu, pemasaran hasil, serta pembinaan dan pelatihan bagi para pelaku, dan lain-lain sesuai kebutuhan spesifik lokalita serta membantu menyelesaikan semua permasalahan yang berkaitan dengan peraturan perundangan/ birokrasi, perbankan dan lain-lain masalah kelembagaan. Satu unit lembaga tersebut sedapatnya melayani (meng-cover) wilayah kira-kira setingkat kabupaten, dan dapat membentuk sub-sub unit untuk memfasilitasi sekitar 50-100 rumahtangga yang mengusahakan produk (komoditas) sejenis.

Kelompok-kelompok rumah tangga yang difasilitasi oleh lembaga ini merupakan pemicu bagi percepatan tumbuh kembangnya industrialisasi perdesaan melalui industrialisasi pertanian.



2. Pengembangan Sistem Informasi Pasar dan Terminal Agribisnis

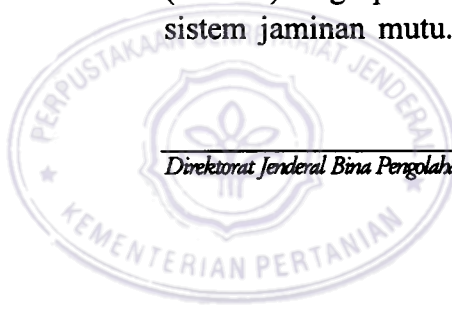
Upaya meningkatkan posisi tawar petani, dimungkinkan bila petani mempunyai akses ke sistem informasi pasar yang terbuka. Untuk menciptakan hal tersebut, perlu diwujudkan sistem informasi pasar yang saling-berhubungan antara Pusat dan Daerah, dimana data dan informasi tersebut dapat dimanfaatkan oleh pelaku agribisnis, pemerintah dan petani serta para pemakai lainnya. Informasi diharapkan dapat memberikan data akurat tentang komoditas, areal panen, stock, volume dan harga sesuai lokalitas masing-masing baik untuk tingkat produsen ataupun konsumen. Hubungan yang dinamis antara Pusat dan Daerah memerlukan fasilitas komunikasi yang mutakhir, antara lain memakai "Jaringan Internet" dan memanfaatkan "*Home-page*" yang akan diciptakan pada setiap simpul informasi baik di Tingkat Pusat, Propinsi dan Kabupaten yang mencerminkan sentra produksi dan konsumsi.

Untuk meningkatkan mutu pelayanan terhadap pelaku agribisnis dan konsumen dalam upaya meningkatkan pertumbuhan ekonomi, maka perlu dibangun suatu sistem pelayanan bisnis terpadu yang dapat diwujudkan melalui penumbuhan "Terminal Agribisnis" sebagai "*One Stop Agribusiness Center*" dimana para pelaku agribisnis dapat memperoleh informasi, pelayanan jasa-jasa, dan dapat melakukan transaksi bisnis.

3. Pengembangan Rencana Kerja Sistem Jaminan Mutu (RKJM)

Pengembangan Sistem Jaminan Mutu Hasil Pertanian diarahkan untuk mewujudkan kemampuan petani dan pelaku agroindustri dalam memberikan jaminan mutu sesuai dengan persyaratan pasar. Arah ini diwujudkan melalui Pengembangan dan pembinaan sistem jaminan mutu secara terpadu antara petani sebagai pemasok dengan agroindustri dan eksportir sebagai penerima bahan baku. Disamping itu dikembangkan pula sistem jaminan mutu bagi proses dan produk agroindustri.

Rencana Kerja Sistem Jaminan Mutu pada dasarnya merupakan acuan (manual) bagi pelaku usaha khususnya petani dalam rangka penerapan sistem jaminan mutu. Karena bersifat sangat teknis dan aplikatif, RKJM



disusun sangat spesifik untuk setiap komoditas dan keperluan tertentu, seperti RKJM kakao, kopi, dll.

4. Pembinaan Industri Pengolahan Hasil Pertanian Skala Usaha Besar

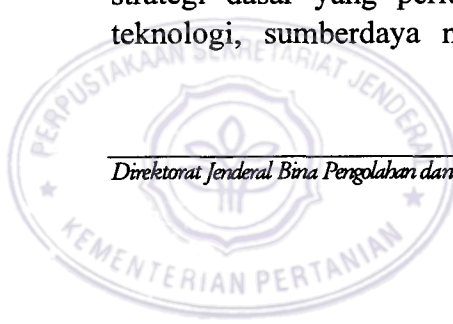
Dalam strategi kebijakan Direktorat Jenderal Bina Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian telah dikemukakan bahwa pengembangan agroindustri dalam rangka menyongsong industrialisasi pedesaan akan dan perlu melibatkan seluruh komponen bangsa termasuk swasta pelaku agribisnis skala besar.

Dalam kaitan dengan strategi tersebut program yang dapat direncanakan antara lain adalah:

- Mendorong terciptanya hubungan usaha berkelanjutan antara pelaku agribisnis/petani penghasil produksi dari sektor *on farm* sebagai penyedia bahan baku dengan pengusaha besar yang memerlukan bahan baku.
- Mendorong terciptanya rantai kegiatan *off farm* antara pelaku agribisnis skala rumah tangga/skala kecil sebagai bahan baku untuk industri lanjutan yang dikelola oleh pelaku/pengusaha agroindustri skala besar. Dengan kedua program-program tersebut diharapkan upaya untuk menjembatani kesenjangan antara kegiatan *on farm* dan *off farm* dapat diatasi, sekaligus merupakan *learning process* bagi masyarakat pedesaan untuk beradaptasi ke dalam era industri pedesaan.
- Me-revitalisasi industri-industri yang ada, terutama pemenuhan kapasitas terpasang bagi industri yang selama ini *under capacity*.
- Mendorong tumbuhnya industri-industri baru terutama bagi industri yang membutuhkan/bersifat padat modal dan atau teknologi tinggi.

5. Pengembangan Organic Farming

Dalam upaya pengembangan Pertanian Organik kedepan ada empat strategi dasar yang perlu dilakukan yaitu: **Pertama**, mengembangkan teknologi, sumberdaya manusia, dan sistem informasi. Pengembangan



teknologi diarahkan pada pengembangan teknologi tepat guna untuk mencari terobosan di bidang sistem pertanian terpadu, sistem pengelolaan hara tanaman terpadu, dan sistem pengelolaan perlindungan tanaman terpadu, yang dibangun berbasis keunggulan komparatif daerah. Pengelolaan hara terpadu diarahkan pada pengembangan rekayasa daur ulang, teknologi bio fertiliser, penggunaan eksternal input dan suplemen pupuk organik. **Kedua**, mengembangkan organisasi bisnis petani dalam bentuk koperasi pertanian organik di tingkat petani dengan tujuan untuk merebut nilai tambah. **Ketiga**, mengembangkan pusat-pusat pertumbuhan pertanian organik, terutama untuk komoditas unggulan yang didasarkan pada peta potensi keunggulan komparatif wilayah. **Keempat**, mengembangkan strategi pemasaran dengan merubah paradigma dari “menjual apa yang dihasilkan” menjadi “menjual apa yang diinginkan” oleh pasar.

Keempat strategi tersebut dibarengi sejumlah dukungan pemerintah seperti : dukungan kebijakan makro ekonomi, dukungan infrastruktur, dan dukungan kelembagaan.

6. Peningkatan Kesadaran Kecintaan Produk Pertanian Indonesia

Menurut data FAO, konsumsi perkapita penduduk terhadap buah, sayur dan daging masih jauh dibawah angka minimum yang direkomendasikan FAO. Untuk meningkatkan konsumsi produk pertanian tersebut, maka kesadaran masyarakat akan pentingnya produk pertanian dalam memperbaiki gizi sangat diperlukan. Sementara itu, sebagian besar masyarakat sudah mempunyai citra (image) tersendiri, bahwa komoditas pertanian luar negeri lebih baik dan akan menambah status sosial konsumen. Dalam pada itu, era pasar global yang antara lain dicirikan oleh “perang strategi pemasaran” menuntut pula strategi pemasaran produk domestik yang tepat agar tidak direbut oleh produk impor. Oleh karena itu upaya menciptakan kesadaran masyarakat untuk mencintai produk pertanian, khususnya produk dalam negeri perlu dijadikan prioritas, sehingga promosi akan menjadi salah satu alternatif kegiatan penting dalam hal tersebut.



Kegiatan kesadaran kecintaan terhadap produk pertanian Indonesia hendaknya dapat dilakukan oleh semua segmen masyarakat, tidak hanya pemerintah, melainkan juga swasta dan masyarakat pada umumnya.

7. Peningkatan Ekspor Hasil Pertanian

Globalisasi perdagangan hasil pertanian disatu sisi membawa peluang yang lebih baik bagi ekspor kita, tetapi disisi lainnya membuat persaingan di dalam negeri semakin ketat antara produksi domestik dengan produk impor. Di pasar ekspor sendiri globalisasi membawa persaingan yang semakin ketat karena akan semakin banyak pemain baru yang muncul sebagai akibat dari meningkatnya peluang pasar. Untuk memanfaatkan peluang pasar ekspor yang semakin terbuka tersebut, kita perlu menyusun suatu program yang dapat meningkatkan kinerja ekspor hasil pertanian baik dari segi volume, nilai, maupun diversifikasi produk. Ekspor hasil pertanian dapat merupakan alternatif peraih devisa sebagaimana terbukti pada saat krisis moneter dan krisis ekonomi ini. Dalam pada itu, kita memiliki potensi untuk meningkatkan ekspor, misalnya melalui sentra-sentra pengembangan ekspor buah dan sayuran. Dengan latar belakang itu, maka program peningkatan ekspor hasil pertanian masih sangat relevan.

Program peningkatan ekspor secara umum dilakukan melalui peningkatan koordinasi dan pelayanan termasuk penyebarluasan informasi, serta penerapan instrumen pendorong ekspor dan pengendali impor.

8. Pengembangan Kawasan Ekspor Sayuran

Secara tradisional daerah-daerah tertentu telah mengekspor sayuran ke manca negara (Singapura dan Malaysia) dengan potensi pasar yang cukup besar. Namun demikian berbagai masalah baik pada sisi hulu maupun hilir masih menjadi penghambat pengembangan kawasan ini. Program ini dimaksudkan untuk mencoba memecahkan masalah tersebut dengan menciptakan kawasan ekspor sayuran yang mampu bersaing dalam mengisi pasar ekspor sekarang ini sampai 10 tahun yang akan datang.



Sentra pengembangan ekspor sayuran pada wilayah-wilayah potensial dilakukan melalui beberapa kegiatan khusus secara terpadu seperti: pembinaan mutu, packaging, pembangunan terminal atau sub terminal agribisnis, kekarantinaan, melakukan mutual recognition arrangement (MRA), cold storage, transportasi, promosi, perbankan, dan kemitraan (kelembagaan).

9. Pengembangan Investasi Agribisnis/Agroindustri

Pengembangan investasi di sektor pertanian diharapkan akan dapat memacu pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesempatan kerja dan pendapatan petani, serta pengembangan wilayah pedesaan. Namun berkembangnya investasi di suatu wilayah sangat tergantung dari potensi dan kemampuan sumberdayanya seperti fasilitas infrastruktur, pendanaan, teknologi, sumberdaya manusia, dan sistem tataniaga komoditas agribisnis/agroindustri di wilayah tersebut. Selain itu, penciptaan iklim usaha yang kondusif bagi pengembangan investasi pertanian sangat diharapkan bagi pengembangan agribisnis/ agroindustri yang berkelanjutan

Perekonomian Indonesia pada tahun 2001 diharapkan tumbuh sekitar 4 persen. Sektor Pertanian dan Kehutanan diharapkan menjadi pendorong utama untuk mencapai tingkat pertumbuhan tersebut. Untuk itu pemerintah dituntut untuk mampu menggerakkan masyarakat agar dapat memanfaatkan potensi dan peluang-peluang usaha di sektor pertanian dan kehutanan, serta meningkatkan daya tarik agribisnis/agroindustri terhadap sektor perbankan dan para investor perorangan ataupun perusahaan PMDN/PMA.

Untuk itu perlu upaya-upaya untuk memformulasikan insentif investasi baik dalam bentuk kemudahan-kemudahan maupun bimbingan dan pelayanan terhadap para calon calon investor baik investor dalam negeri maupun luar negeri. Agar dapat memanfaatkan peluang dari pemberlakuan liberalisasi perdagangan, dan untuk tidak menjadi korban dari negara-negara maju yang sudah siap dalam segala hal dalam menarik manfaat yang sebesar-besarnya, maka dengan tetap mengikuti perkembangan regulasi regional dan international, formulasi insentif investasi harus



dipertimbangkan secara bijaksana sesuai dengan kondisi masyarakat Indonesia.

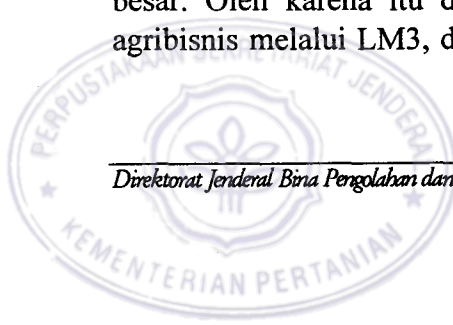
Selain itu upaya-upaya promosi investasi baik yang diselenggarakan di dalam negeri maupun luar negeri diharapkan dapat meningkatkan citra Indonesia sebagai lahan investasi yang menguntungkan bagi dunia usaha serta dapat membangkitkan kembali investasi di Indonesia khususnya investasi di sektor pertanian.

10. Pengembangan Industri Pengolahan dan Pemasaran Melalui LM3 (Lembaga Mandiri yang Mengakar di Masyarakat)

Untuk pengembangan usaha pertanian, LM3 memiliki berbagai keunggulan antara lain:

- ✓ Potensi sumberdaya manusia dengan pemimpin keagamaan yang kharismatik dan para pengurus, siswa sebagai panutan masyarakat merupakan salah satu unsur strategis yang bisa menjadi unsur penggerak pembangunan pedesaan.
- ✓ Potensi sumberdaya alam dimana umumnya LM3 memiliki lahan pertanian.
- ✓ Potensi jaringan pemasaran karena adanya sistem hubungan kekerabatan antar LM3 dan antar masyarakat.
- ✓ Potensi teknologi sebagai sarana diseminasi dimana LM3 merupakan lembaga strategis untuk mengembangkan teknologi.
- ✓ Potensi kelembagaan dimana menyebarnya LM3 di pelosok daerah merupakan sumberdaya potensial dalam pengembangan ekonomi masyarakat.

Dengan potensi/peranan tersebut, maka LM3 disamping tugas pokoknya sebagai lembaga pendidikan, juga dapat berperan sebagai agen pembaharuan dan agen pembangunan di daerah yang dapat mendukung kegiatan ekonomi desa serta perekonomian rakyat pada umumnya. Upaya pengembangan agribisnis di lingkungan LM3 dan masyarakat sekitarnya, melalui pemuka agama mempunyai pengaruh dan dampak yang cukup besar. Oleh karena itu dengan dilaksanakannya kegiatan pengembangan agribisnis melalui LM3, diharapkan akan berkembang kegiatan ekonomi di



bidang agribisnis dan jasa serta tumbuhnya unit-unit usaha kecil dan menengah sebagai basis industri pedesaan.

Pembinaan lanjutan yang perlu diberikan untuk mengembangkan LM3 ini adalah pemberian iklim kondusif, baik yang menyangkut pembinaan maupun pelayanan dan mengaitkan dengan komoditi yang dikembangkan oleh LM3 dan daerah sekitarnya dengan pengusaha (processor/industri, pedagang, dll).

Tujuan pengembangan agribisnis melalui LM3 ini adalah : (1) Berkembangnya kegiatan agribisnis di LM3 (2) LM3 pelaksana dapat menjadi pusat percontohan pengembangan agribisnis serta pusat informasi dan tempat belajar atau magang. Sedangkan sasarannya adalah LM3 yang layak untuk dikembangkan dan memenuhi kriteria-kriteria teknis yang telah ditentukan.

11. Pengembangan Inkubator Agribisnis

Keberhasilan pembangunan pertanian modern yang berwawasan agribisnis, yang pada dasarnya merupakan wujud pertanian pada era global, sangat tergantung pada pengembangan sumberdaya manusia agribisnis. Di tingkat usaha tani, petani tidak lagi cukup hanya dengan memahami tentang bagaimana menghasilkan sebaik dan sebanyak mungkin produk-produk pertanian, tetapi saat ini petani kian dituntut untuk mengetahui dan memahami apa yang terjadi di pasar, serta kebutuhan konsumen akhir, termasuk konsumen luar negeri.

Keterbatasan-keterbatasan yang ada pada mereka perlu adanya suatu upaya agar mereka dapat menangkap kebutuhan-kebutuhan tersebut atau kerangka yang efisien. Keterbatasan yang paling menonjol adalah lemahnya posisi tawar-menawar (*bargaining position*), karena sebelumnya tidak memperhitungkan faktor-faktor permintaan pasar. Oleh karena itu, untuk suksesnya suatu usaha, seorang petani harus menjadi seorang wirausaha yang mampu melihat dan menilai kesempatan-kesempatan bisnis, mengumpulkan sumber-sumber daya yang di butuhkan guna mengambil



keuntungan dan mengambil tindakan yang tepat, guna memastikan suatu keberhasilan.

Kegiatan Pengembangan Kewirausahaan Agribisnis melalui Pusat Inkubator yang dikelola oleh lembaga Pendidikan Tinggi, LPSM, dll merupakan suatu upaya untuk menumbuh kembangkan masyarakat agribisnis, sebagai upaya *“transfer of agribusiness knowledge”* yang dapat mempercepat alur proses perubahan ditingkat petani, menjadi petani berwawasan agribisnis. Sehingga seorang pengusaha agribisnis kecil yang lemah, yang seringkali harus menutup usahanya sebelum berkembang, diharapkan dapat berubah menjadi seorang wirakarya atau wirausaha sukses, yang mampu memanfaatkan peluang pasar global yang sangat kompetitif.

12. Pengembangan Kawasan Pembangunan Ekonomi Masyarakat Berbasis Agribisnis (Kapemba)

Tujuan Pengembangan Kawasan Pembangunan Ekonomi Masyarakat Berbasis Agribisnis (Kapemba) adalah untuk mewujudkan masyarakat yang sejahtera melalui pembangunan sistem dan usaha-usaha agribisnis komoditas unggulan yang didukung dengan pembangunan sistem penunjang agribisnis secara terpadu dalam suatu wilayah pembangunan. Dengan demikian pengembangan Kapemba pada dasarnya merupakan pembangunan masyarakat (community development) dan pembangunan wilayah (regional development) dengan pendekatan pengembangan usaha-usaha masyarakat yang berbasis kepada sektor unggulan dan didukung oleh berbagai sektor penunjangnya. Penentuan kawasan, sektor dan subsektor unggulan, bidang usaha serta langkah-langkah operasional pengembangan Kapemba dilakukan secara partisipatif dan terkoordinasi antara seluruh stakeholder, baik di pusat maupun di daerah dengan memperhatikan kaidah-kaidah rasional ilmiah dan sosial budaya setempat.

13. Peningkatan Pengolahan Dan Pemasaran Sapi Potong

Program pengembangan peternakan bertujuan antara lain: meningkatkan kesejahteraan peternak, meningkatkan produksi ternak untuk



konsumsi dalam negeri dan ekspor dan meningkatkan kualitas pangan dan gizi masyarakat.

Dalam sub sistem agribisnis peternakan secara menyeluruh, sub sistem pengolahan produk agroindustri hilir memiliki keunggulan komparatif dan kompetitif yang perlu lebih dikembangkan. Beberapa keunggulan menyangkut pengembangan usaha bidang agroindustri sapi potong adalah:

1. Bahan baku tersedia dengan semakin intensifnya pengembangan budidaya sapi potong, yang 90% nya dilakukan oleh rakyat.
2. Pengolahan hasil sapi potong memiliki beragam alternatif produk yang dapat ditawarkan kepada konsumen, baik untuk bahan baku maupun bahan pembantu dalam pembuatan makanan lain, serta baik dari produk utama maupun produk sampingan.
3. Nilai tambah semakin besar karena mampu mendorong preferensi masyarakat, sehingga dapat memperluas segmen pasar dan meningkatkan konsumsi.
4. Menekan resiko dari sifat produk segar yang perishable, serta kebutuhan teknologi untuk beberapa jenis pengolahan relatif sederhana dan dapat dengan mudah dikuasai oleh masyarakat.
5. Harga jual dapat bertahan dalam jangka waktu lebih lama karena daya simpan dan mutu yang meningkat.

Dengan melaksanakan pengembangan agroindustri sapi potong diharapkan dapat diwujudkan:

1. Agroindustri yang berbasis pada sumberdaya lokal untuk menekan komponen bahan baku impor.
2. Pemanfaatan peluang pasar domestik yang besar sehingga meningkatkan minat berusaha pelaku agribisnis.
3. Peningkatan ketahanan pangan nasional untuk memenuhi kebutuhan pangan domestik dan cadangan pangan nasional.
4. Peningkatan nilai tambah yang tinggi dalam meraih keuntungan yang besar untuk meningkatkan kesejahteraan pelaku agribisnis.
5. Peningkatan kelestarian lingkungan, dengan menggunakan teknologi yang ramah lingkungan, memanfaatkan limbah seoptimal mungkin untuk menghasilkan produk yang bernilai ekonomi.



14. Peningkatan Nilai Tambah Perunggasan

Sehubungan dengan pola konsumsi penduduk, baik di negara berkembang maupun di negara maju yang cenderung menyerap produk hewan yang rendah kolesterol, bebas bahan kimia dan residu obat-obatan, maka pengembangan pengolahan produk unggas, khususnya ayam buras, secara spesifik memiliki prospek pemenuhan kebutuhan konsumen tersebut. Secara umum ayam buras sebagai salah satu jenis ternak lokal dapat memenuhi keinginan konsumen negara maju, namun perlu penyesuaian pola industri pengolahannya. Dalam kurun waktu terakhir, ayam ras sebagai salah satu penghasil protein hewani di samping ayam buras, menunjukkan tendensi peningkatan setelah diterpa badai krisis ekonomi tahun 1997, dimana banyak usaha peternakan menderita kebangkrutan.

Pengolahan dan pemasaran ayam ras dan ayam buras tidak lepas dari ketersediaan bahan baku secara teratur, seragam, berkesinambungan serta ketepatan waktu penyediaannya. Untuk itu, maka program peningkatan nilai tambah perunggasan pengolahan dan pemasaran harus bersinergis dengan program budidaya peternakan yang dilaksanakan oleh Direktorat Bina Produksi Peternakan serta instansi terkait lainnya. Program peningkatan nilai tambah perunggasan pengolahan dan pemasaran perlu dilaksanakan di lokasi-lokasi kawasan pengembangan perunggasan, khususnya ayam ras dan ayam buras.

Tujuan dari kegiatan ini antara lain : mendukung usaha-usaha mikro (rumah tangga), UKM dan usaha besar yang ada di kawasan tersebut dalam bentuk penyediaan sarana dan prasarana penunjang pengolahan dan pemasaran; pembinaan teknologi pengolahan ternak; peningkatan SDM pengolahan ternak; peningkatan standart mutu dan keamanan hasil olahan ternak; serta penyebaran informasi pasar bahan hasil olahan ternak..

Sedangkan operasional kegiatan antara lain berupa: perbaikan pasca panen dan pengolahan, penerapan jaminan mutu, penguatan kelembagaan, khususnya usaha-usaha mikro, penyediaan sarana dan prasarana penunjang, serta pemasaran hasil olahan ternak..



15. Etalase Komoditas Unggulan Perkebunan Indonesia

Pengembangan beberapa komoditas unggulan perkebunan seperti kopi, lada, dan kakao yang dilaksanakan sebelum ini telah menunjukkan hasil yang menempatkan Indonesia sebagai faktor yang turut menentukan dalam perdagangan dunia. Hasil ini terwujud berkat kerja keras masyarakat perkebunan nasional dalam arti luas.

Sejalan dengan era globalisasi perdagangan, peranan tersebut perlu dipertahankan dan ditingkatkan. Mengingat beberapa propinsi merupakan pusat produksi dan ekspor yang potensial, maka perlu ditingkatkan dan dikembangkan sebagai “Etalase Komoditas Unggulan Perkebunan Indonesia”, dimana secara simultan dan bersinergi dikembangkan kegiatan agribisnis, agroindustri, dan agrowisata berbasis komoditi. Bahasa sederhananya, apapun informasi yang dibutuhkan tentang komoditas unggulan perkebunan Indonesia dapat dijumpai di propinsi yang dikembangkan sebagai etalase dari komoditas yang bersangkutan, termasuk mengembangkan “Café” di tempat-tempat strategis seperti hotel-hotel, pusat pertokoan, pelabuhan udara, dan sebagainya.

Tujuan yang ingin dicapai dengan mengembangkan propinsi sebagai Etalase Komoditas Unggulan Perkebunan Indonesia adalah:

1. Membangun citra komoditas unggulan perkebunan Indonesia.
2. Meningkatkan ekspor komoditas unggulan perkebunan Indonesia (primer dan olahannya) sebagai penghasil devisa.
3. Meningkatkan konsumsi (permintaan) terhadap komoditas unggulan perkebunan Indonesia.
4. Meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan petani produsen komoditas unggulan perkebunan Indonesia.
5. Meningkatkan pendapatan wilayah melalui peningkatan berbagai aktivitas ekonomi sebagai *multiplier* efek dari bisnis komoditas unggulan perkebunan Indonesia.



Adapun sasaran yang ingin diwujudkan melalui pengembangan etalase komoditi unggulan perkebunan Indonesia adalah :

1. Terwujudnya sentra-sentra perkebunan komoditas unggulan perkebunan Indonesia dengan produktivitas dan mutu yang tinggi melalui penerapan GFP (*Good Farming Practices*), GHP (*Good Handling Practices*), GMP (*Good Manufacturing Practices*), dan GDP (*Good Distribution Practices*).
2. Terwujudnya Pusat Penyuluhan dan Penelitian bagi komoditas unggulan perkebunan Indonesia.
3. Berkembangnya industri hilir (industri pengolahan) yang mengolah hasil perkebunan menjadi produk yang sesuai dengan *preferensi* konsumen atau *market driven*.
4. Terwujudnya pusat promosi dan perdagangan komoditas unggulan perkebunan Indonesia (pasar lelang dan perdagangan berjangka).
5. Berkembangnya agrowisata berbasis komoditas unggulan perkebunan Indonesia (*commodity tour* : *plantation, museum, processing, market, art shop, dan café*).

Untuk periode tahun 2001 – 2005 yang akan dikembangkan adalah “**Etalase Kopi di Lampung, Etalase Lada di Bangka, dan Etalase Kakao di Makassar**”.

Catatan:

Dalam pelaksanaan program-program pokok Direktorat Jenderal Bina Pengolahan dan Pemasaran Hasil sebagaimana diuraikan di muka tetap berpedoman pada Program Departemen yang mengacu pada program Nasional yang ditetapkan oleh Bappenas.



[Faint, illegible text or markings]

