

AGDEX : 803



AGRIBISNIS

BALAI INFORMASI PERTANIAN
SUMATERA UTARA
1994 / 1995

TIM PENYUSUN

- A. Penanggung Jawab : Ir. B. Sinulingga
- B. Ketua : Ir. Siti Suryani, MEd
- C. Anggota : Ir. Darmawati N. MSc
Ir. Sustra Ginting
Ir. Rinaldi
Ir. Anwar Hamid, MSc
Ir. Zulkarnain

KATA PENGANTAR

Sebagai konsekuensi logis dari pertumbuhan dan perkembangan pembangunan sektor pertanian yang merupakan bagian integral pembangunan ekonomi nasional, menjelang memasuki PELITA VI sebagai tahap awal PJPT II Departemen Pertanian telah menetapkan AGRIBISNIS sebagai strategi dasar pembangunan pertanian.

Disadari pula bahwa perencanaan dan implementasi Agribisnis mencakup aspek yang luas, melibatkan fungsi banyak pihak serta menghadapi tantangan dan masalah yang kompleks dan rumit, mulai dari pengadaan agro-input, pengelolaan usahatani, peningkatan nilai tambah melalui pengolahan serta pemasaran dalam negeri dan untuk ekspor. Tantangan dan permasalahan ini sejak dini perlu diantisipasi oleh para perumus kebijaksanaan, pengambil keputusan bahkan para pelaksana agribisnis.

Untuk itu perlu disusun dan diterbitkan suatu buku/brosur Pedoman Umum Agribisnis yang dapat dipergunakan oleh para para penyuluh pertanian di lapangan guna penyampaian materi penyuluhan kepada para pelaku agribisnis yaitu petani-nelayan. Brosur ini merupakan rangkuman dari Brosur 8 seri terbitan Badan Diklat Pertanian Jakarta tahun 1993.

Semoga bermanfaat.

Medan, Oktober 1994

1. Latar Belakang	13
2. Misi dan Tujuan	15
3. Landasan dan Prinsip	16
4. Ruang Lingkup dan Sasaran	17
5. Pendekatan Kerja dalam usaha perencanaan produk-produk Agribisnis	17
6. Mekanisme pelaksanaan	19
7. Strategi pemasaran	20
8. Membina kemitraan dengan mitra kerja	20

DAFTAR ISI

	Hal
KATA PENGANTAR	3
I. PENDAHULUAN	7
II. AGRIBISNIS SEBAGAI SUATU SISTEM	8
1. Pengertian sistem	8
2. Pengertian Agribisnis	9
3. Strata lahan agribisnis	12
4. Faktor-faktor luar yang mempengaruhi Agribisnis	19
5. Pelaku agribisnis	22
III. PERENCANAAN AGRIBISNIS	25
1. Pengertian Perencanaan Agribisnis	25
2. Tahapan Perencanaan Agribisnis	25
3. Titik tolak Perencanaan Agribisnis	26
4. Kegiatan Perencanaan Agribisnis	26
IV. PENGELOLAAN AGRIBISNIS	34
1. Pengertian Pengelolaan Agribisnis	34
2. Bentuk-bentuk Pendekatan Agribisnis	35
3. Tata Buku Agribisnis	36
4. Agroindustri	41
V. PEMASARAN	42
1. Pengertian Pemasaran	42
2. Fungsi Pemasaran	42
3. Mekanisme Pasar	43
4. Elastisitas Harga	45
5. Lembaga penyalur produk agribisnis	46
6. Jenis-jenis pasar produk agribisnis	46
7. Pembentukan harga dalam usaha pemasaran produk-produk Agribisnis	47
8. Biaya pemasaran	49
9. Strategi pemasaran	49
10. Membuat kontrak dengan mitra kerja	50

I. PENDAHULUAN

Strategi pembangunan pertanian pada era tinggal landas bergeser dari orientasi pada produksi menjadi orientasi pada pendapatan dan dari pendekatan komoditi menjadi pendekatan agribisnis.

Untuk mendukung strategi pembangunan tersebut maka kebijaksanaan pembangunan pertanian dalam PJPT II memerlukan pembangunan sumber daya manusia sebagai pelaku utama pembangunan pertanian yaitu petani - nelayan yang mampu menerapkan dan memasyarakatkan usahatani dengan menggunakan prinsip-prinsip agribisnis di suatu wilayah pengembangan usaha sesuai dengan strata agroekosistem tertentu.

Keberhasilan agribisnis di suatu wilayah tertentu dengan usahatani tertentu sangat ditentukan oleh kemampuan petani-nelayan untuk memanfaatkan peluang ekonomi dengan memanfaatkan keunggulan komparatif wilayah dan kompetitif komoditas, sehingga dapat dilaksanakan usahatani yang produktif, efisien dan lestari.

Untuk itu petani-nelayan perlu dididik menjadi ahli dan mampu mengelola usahatani dengan menggunakan prinsip-prinsip agribisnis mulai dari perencanaan, pelaksanaan usahatani, pengolahan dan pemasaran.

II. AGRIBISNIS SEBAGAI SUATU SISTEM

1. Pengertian Sistem

Sekarang "sistem" sudah menjadi pengertian yang populer. Banyak orang berbicara tentang "sistem" bahkan untuk menggambarkan sesuatu yang rumit, yang sulit dilukiskan, orang mudah saja mengatakan itu "sistem".

Apakah sebenarnya "Sistem" itu ?

Baiklah kita mulai dahulu dengan apa yang sudah anda ketahui, yaitu mengenai pengertian sistem itu sendiri.

Ingatlah pengalaman kita tentang :

- mobil
- tubuh manusia
- keluarga
- lingkungan hidup

Mobil memiliki bagian-bagian antara lain busi, aki, dinamo, radiator, carburator dan lain-lain. Setiap bagian mempunyai fungsi masing-masing. Fungsi itu satu bagian tergantung kepada fungsi bagian lain. Kalau salah satu bagian tidak berfungsi baik, walaupun bagian-bagian lain berfungsi baik, maka mobil itu tidak akan berfungsi dengan baik. Itulah mobil yang merupakan contoh suatu sistem yaitu sistem teknik atau techno-system yang terdiri dari sub sistem yang memiliki keterpaduan fungsi (unified whole).

Demikian pula tubuh manusia. Ada yang disebut hati, paru-paru, jantung, ginjal, otak dan lain-lain. Tiap bagian mempunyai fungsi sendiri-sendiri dan dalam menjalankan fungsinya bagian tersebut tidak dapat berdiri sendiri melainkan ada ketergantungan dengan bagian yang lain. Kalau ada salah satu saja bagian yang rusak, maka fungsi tubuh manusia keseluruhannya tidak akan normal. Tubuh manusia adalah contoh lain dari sistem, yaitu bio-system.

Ada contoh lain suatu sistem, yaitu keluarga. Keluarga adalah kumpulan orang, tetapi tidak semua kumpulan orang adalah keluarga. Ada prasarat tertentu. Itulah yang disebut sistem. Kumpulan itu minimal terdiri dari bapak, ibu dan anak (keluarga batih atau keluarga inti).

Bapak, ibu dan anak merupakan bagian dari sistem tersebut. Mereka memiliki fungsi sendiri-sendiri. Mereka memiliki kewajiban sendiri-sendiri. Kalau anaknya sampai petang tidak pulang bapak dan ibunya merasa bingung dan mencari kesana kemari, atau minimal cemas. Demikian pula kalau salah satu anggota sakit. Mereka memiliki alokasi solidaritas. Seperasaan-sepenanggungan. Inilah contoh sistem sosial (Socio-system).

Satu contoh lagi yaitu sistem lingkungan (eco-system). Misalnya sawah, ada padi, ada ular, ada tikus, ada kodok, ada wereng dan lain-lain.

Mereka berada dalam suatu equilibrium. Kalau ularnya ditangkap dan dijual maka tikus akan meraja lela. Demikian pula kalau kodok diburu dan digoreng maka wereng akan berkembang pesat, karena equilibrium diganggu. Dan rusaklah sistem lingkungan.

Jadi kesimpulannya :

Sistem adalah seperangkat unsur yang secara teratur saling berkaitan sehingga membentuk suatu totalitas.

Bila kita lihat definisi di atas, maka akan terlihat 3 unsur penting yang perlu kita perhatikan dalam suatu sistem, yaitu :

- adanya unsur atau komponen atau bagian-bagian yang mempunyai fungsi tertentu dan masing-masing berbeda.
- adanya hubungan kerja yang saling tergantung dan interdependent antara komponen-komponen tersebut.
- adanya tujuan yang bisa mengikat komponen-komponen tersebut dalam suatu totalitas (keseluruhan).

Jadi jelas bahwa suatu sistem berintikan pada unsur/komponen/bagian yang mempunyai fungsi tertentu, yang punya hubungan kerja saling ketergantungan, sebagai suatu totalitas untuk menuju kesatu tujuan.

2. Pengertian Agribisnis

Telah kita bahas bahwa agribisnis adalah suatu sistem. Tentunya terdiri dari beberapa sub sistem yang tergabung dalam rangkaian interaksi dan interdependensi secara reguler, serta terorganisir sebagai suatu totalitas.

Ada 4 sub sistem yang merupakan obyek atau komponen dari sistem agribisnis yaitu :

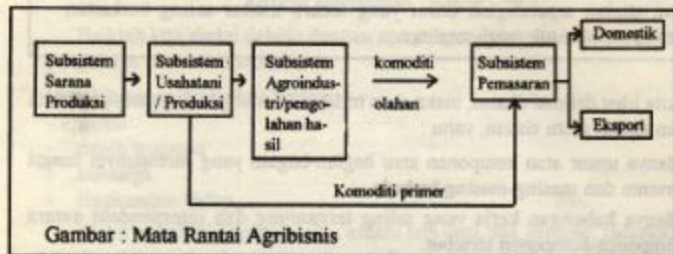
- (1) Sub-sistem penyediaan sarana produksi
- (2) Sub-sistem proses produksi
- (3) Sub-sistem penanganan pasca panen dan pengolahan
- (4) Sub-sistem pemasaran

Keempat sub-sistem tersebut merupakan suatu runtut kegiatan yang berkesinambungan mulai dari hulu sampai hilir, sehingga boleh dikatakan keberhasilan dari sistem agribisnis tersebut sangat tergantung daripada kemajuan-kemajuan yang dicapai tiap sub-sistem tersebut sebagai simpul-simpulnya.

Dengan demikian agribisnis dapat diartikan sebagai berikut :

Semua kegiatan disektor pertanian dimulai dari penyediaan sarana produksi, proses produksi, penanganan pasca panen, pengolahan dan pemasaran, sehingga produk tersebut sampai ke konsumen.

Secara digramatis mata rantai agribisnis dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar : Mata Rantai Agribisnis

Keempat mata rantai atau subsistem tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

a. Sub-Sistem Penyediaan Sarana Produksi

Sub-sistem penyediaan sarana produksi akan menyangkut kegiatan pengadaan dan penyaluran.

Dan ini akan mencakup :

- kegiatan perencanaan, dan
- kegiatan pengelolaan dari sarana produksi, teknologi dan sumber daya, agar penyediaan sarana produksi atau input usahatani memenuhi kriteria :
- tepat waktu
- tepat jumlah
- tepat jenis
- tepat mutu
- tepat produk yaitu produk apa yang diinginkan oleh calon pembeli (customer identification) serta terjangkau oleh daya beli petani.

b. Sub-Sistem Usahatani atau Proses Produksi

Sub-sistem usahatani atau proses produksi mencakup kegiatan pembinaan dan pengembangan usahatani dalam rangka meningkatkan produksi primer pertanian.

Termasuk kedalam kegiatan sub-sistem ini adalah perencanaan pemilihan lokasi, komoditas, teknologi, dan pola usahatani dalam rangka meningkatkan produksi primer.

Disini tentunya ditekankan pada usahatani yang intensif dan sustainable (lestari), artinya meningkatkan produktivitas lahan semaksimal mungkin dengan cara intensifikasi tanpa meninggalkan kaidah-kaidah pelestarian sumber daya alam yaitu tanah dan air.

Disamping itu juga ditekankan usahatani yang berbentuk komersial bukan usahatani yang subsistem, artinya produksi primer yang akan dihasilkan diarahkan untuk memenuhi kebutuhan pasar dalam artian ekonomi terbuka. Bukan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi dalam artian ekonomi tertutup.

c. Sub-Sistem Agroindustri/Pengolahan Hasil

Lingkup kegiatan sub-sistem agroindustri tidak hanya aktivitas pengolahan sederhana ditingkat petani, tetapi menyangkut keseluruhan kegiatan mulai dari penanganan pasca panen produk pertanian sampai pada tingkat pengolahan lanjutan dengan maksud untuk menambah added value (nilai tambah) dari produksi primer tersebut.

Dengan demikian proses pengupasan, pembersihan, pengekstraksian, penggilingan, pembekuan, pengeringan, peningkatan mutu, masuk kedalam lingkup aktivitas agroindustri.

d. Sub-Sistem Pemasaran

Sub-sistem pemasaran mencakup pemasaran hasil-hasil usahatani dan agroindustri baik untuk pasar domestik maupun ekspor.

Kegiatan utama dari sub-sistem ini adalah pemantauan dan pengembangan informasi pasar dan "market intelligence" pada pasar domestik dan pasar luar negeri.

Dari 4 mata rantai tersebut di atas akan terlihat bahwa ruang gerak, jangkauan dan keterkaitan agribisnis mencakup bidang yang sangat luas.

Ruang gerak agribisnis paling tidak meliputi 2 aspek yaitu :

Pertama : Aspek pengelolaan usahatani yang meliputi :

- tanaman pangan hortikultura
- perkebunan
- perikanan
- peternakan

Kedua : Aspek produk penunjang kegiatan pra dan pasca panen, misalnya :

- perbankan
- sarana tataniaga
- penyuluhan agribisnis

Jangkauan agribisnis sangat luas, yaitu dari skala usahatani yang dikelola keluarga sampai dengan usahatani ditingkat nasional.

Agribisnis juga mencakup keterkaitan antara sektor pertanian dengan sektor industri yang meliputi seluruh jaringan sistem pertanian dimulai dari pengorganisasian produksi hingga pendistribusian hasil produksi.

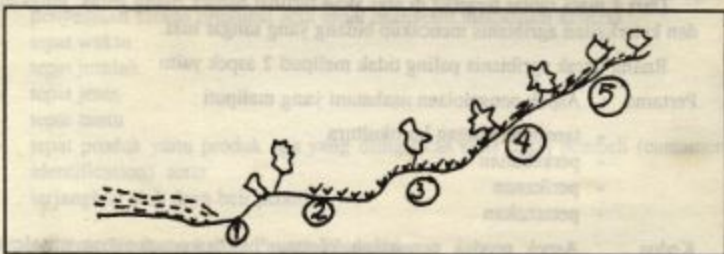
Kegiatan agribisnis dalam perekonomian kita merupakan perekat bidang singgung antara sektor pertanian dengan sektor-sektor lainnya. Oleh karena itu keterkaitan yang erat antara sektor akan merupakan prasyarat bagi perkembangan kegiatan agribisnis tersebut.

3. Strata Lahan Agribisnis

Sistem agribisnis merupakan kesatuan unit pengambilan keputusan yang terdiri dari 4 sub-sistem utama yang berada dalam suatu wilayah dimana diantara sub-sistem agribisnis itu terjadi hubungan interaksi. Wilayah tersebut akan lebih cocok kalau disebut strata agroekosistem, yaitu strata lahan untuk kegiatan agribisnis dengan tipologi usaha yang tipikal yang ditentukan oleh faktor-faktor ekologi, ekonomi dan sosial.

Strata agroekosistem yang kita punyai sekarang adalah :

- (1) Strata lahan pantai (coastal area)
- (2) Strata lahan pasang surut (swampy area)
- (3) Strata lahan basah (lowland area)
- (4) Strata lahan kering (upland area)
- (5) Strata lahan dataran tinggi (mountain area)



Setiap strata lahan menghendaki adanya type komoditas tertentu. Oleh karena itu untuk pengambilan keputusan memanfaatkan peluang ekonomi usahatani yang memiliki keunggulan komparatif wilayah perlu dipertimbangkan pemilihan pada usaha tani yang sesuai dengan agroekosistem.

Untuk itu perlu dilakukan

ANALISIS AGROEKOSISTEM

Analisis Agroekosistem

Adalah suatu metode untuk pengambilan keputusan dalam menetapkan pola usahatani disuatu wilayah tertentu dengan memperhitungkan aspek ECOLOGI, EKONOMI dan SOSIAL.

Analisis agroekosistem dilakukan dengan Wawancara Semi Struktural (WSS), dengan urutan :

- (1) Penentuan Topik
- (2) Penajaman Topik
- (3) Penelusuran
- (4) Pembuatan peta dan diagram
- (5) Pengambilan keputusan

Hal-hal yang diperlukan untuk pengambilan keputusan tersebut adalah :

- (1) Peta Sketsa
- (2) Peta Transek (Transection Map)
- (3) Diagram Sejarah
- (4) Diagram Iklim
- (5) Diagram Hijau Makanan Ternak
- (6) Diagram Pola Tanam
- (7) Diagram Alir
- (8) Studi kasus sosial budaya
- (9) Diagram VEN
- (10) Studi kasus keluarga tentang lahan usahatani, pendapatan dan ternak
- (11) Pohon keputusan
- (12) Diagram pilihan

Bentuk-bentuk dari ke 12 diagram tersebut adalah sebagai berikut :

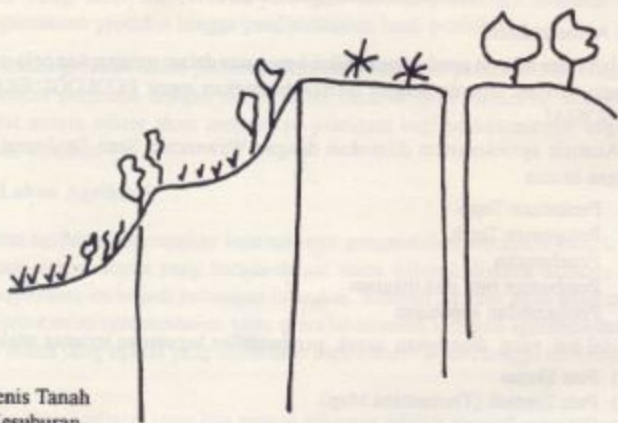
1. Peta Sketsa



- Desa, Kecamatan, Kabupaten
- Gambar simbol misalnya :

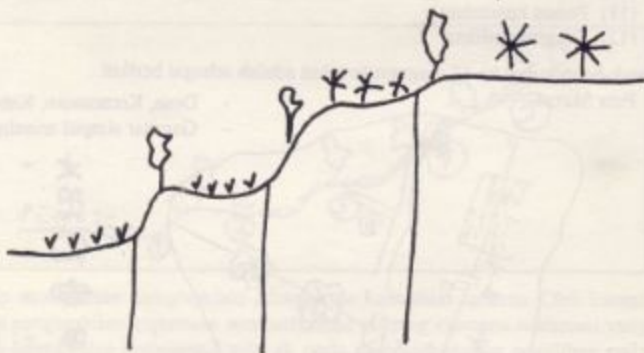
- * = Kelapa
- ☺ = Jagung
- = Pasar
- ☺ = Durian
- ☺ = KUD
- ☺ = Padi
- ☺ = BRI

2. Peta Transek (Transection Map)



- Jenis Tanah
- Kesuburan
- Sifat Fisik
- Sifat Kimia

Dua Garis



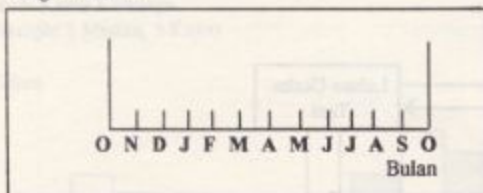
Satu Garis

3. Diagram Sejarah

- KEJADIAN PENTING
- ASAL MULA TANAMAN DAN HILANGNYA
- USAHA LAIN

TAHUN	KETERANGAN
1964	600 KK
1965	JAGUNG
1967	KAPAS
1968	TERNAK PERAH

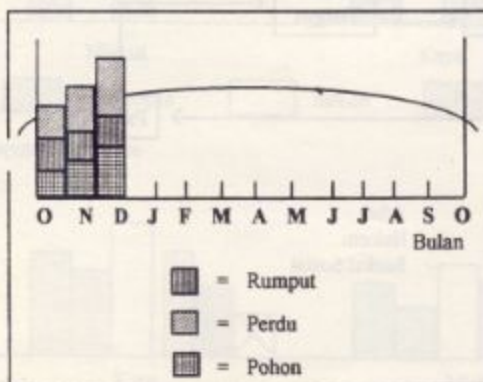
4. Diagram Iklim



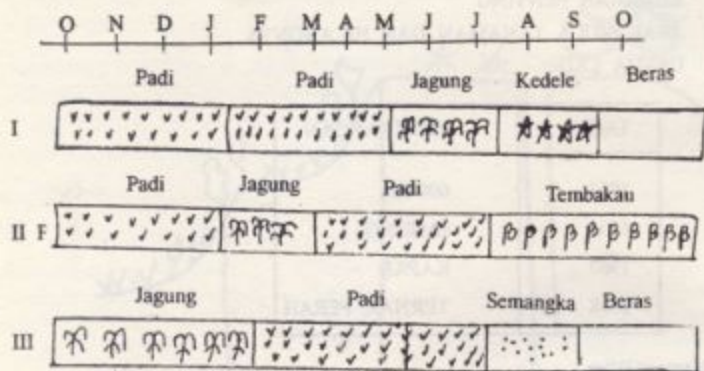
Keterangan :

- O : Oktober
- N : Nopember
- D : Desember
- J : Januari
- F : Februari
- M : Maret
- A : April
- M : Mei
- J : Juni
- J : Juli
- A : Agustus
- S : September

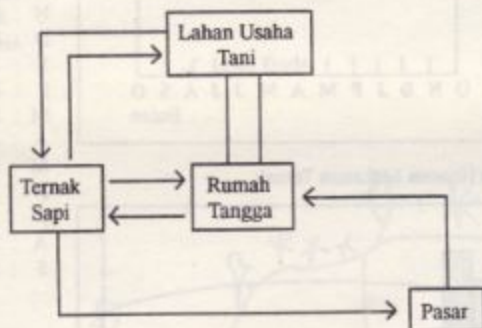
5. Diagram Hijauan Makanan Ternak



6. Diagram Pola Tanam



7. Diagram Alir

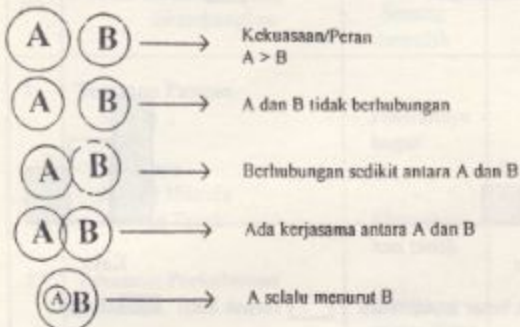


8. Studi Kasus Budaya

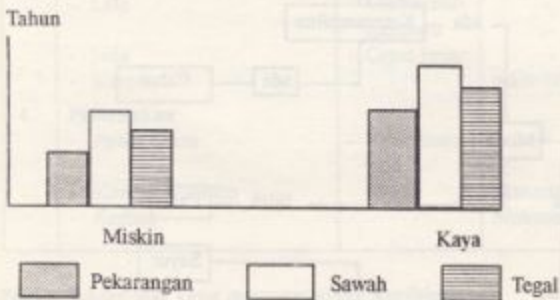
- Norma Sosial
- Tata Cara
- Kebiasaan
- Tata Kelakuan
- Adat
- Hukum
- Sanksi Sosial

9. Diagram VEN

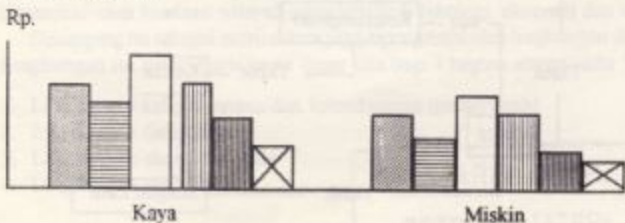
- Peran
- Kekuasaan/Pengaruh

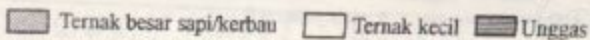
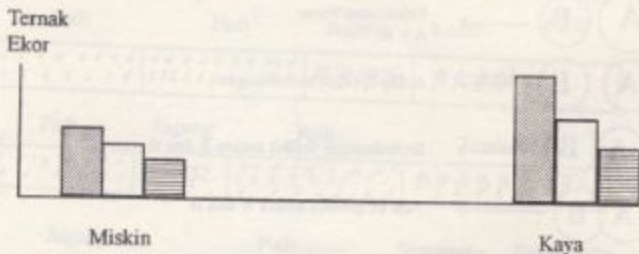
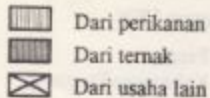
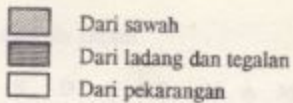


10. Studi Kasus Keluarga
(Sample 5 Miskin, 5 Kaya)



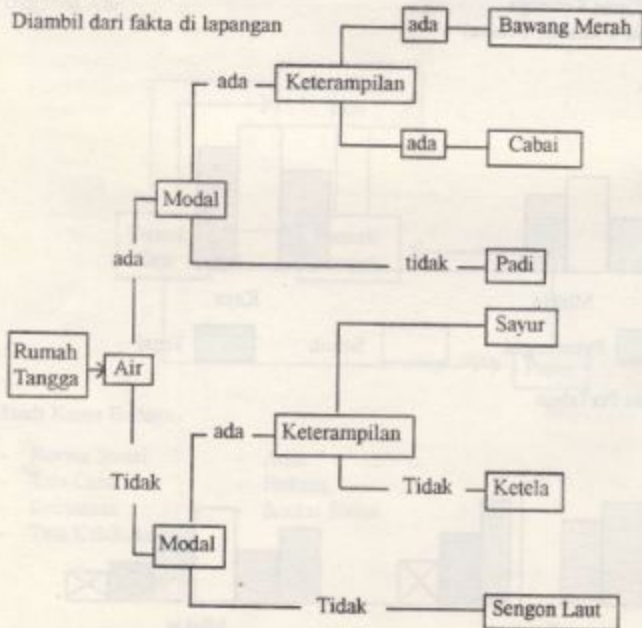
Pendapatan Per Tahun





11. Pohon Keputusan

Diambil dari fakta di lapangan



12. Diagram pilihan

No.	Komoditas yang dikembangkan	Alasan	
		Senang memilih	Tidak senang memilih
1.	Tanaman Pangan - Kedele - Ubi Kayu - Jagung Hibrida - Kacang Tanah	- Pasarannya bagus - - - Menyuburkan tanah	- harganya murah sulit busuknya
2.	Tanaman Perkebunan - Kelapa - Cengkeh	Gampang merawatnya -	- harganya rendah
3.	Perikanan - Lele - Nila - Karper	- Mudah memelihara - Cepat besar -	- - - sukar bibitnya
4.	Peternakan - Ayam Buras - Kambing/domba - Kerbau	- Pasarannya baik - -	- Makanan sulit Makanan sulit

4. Faktor-faktor luar yang mempengaruhi Agribisnis

Sistem agribisnis adalah kesatuan unit pengambilan keputusan yang sangat ditentukan oleh keadaan wilayah agroekosistem (ekologi, ekonomi dan sosial).

Disamping itu sebagai suatu sistem juga dipengaruhi oleh lingkungan disekitarnya. Lingkungan ini secara garis besar dapat kita bagi 4 bagian utama yaitu :

1. Lingkungan kebijaksanaan dan kelembagaan (pemerintah)
2. Lingkungan fisik-teknis
3. Lingkungan ekonomi-bisnis
4. Lingkungan sosial-budaya

INVENTARIS PERPU
BPTP SUMATERA

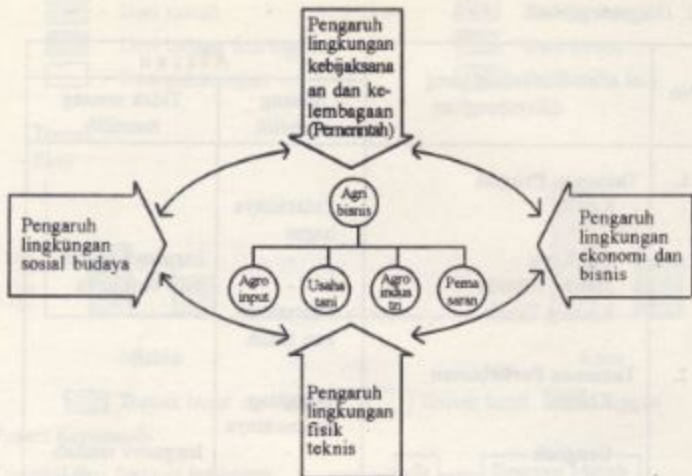
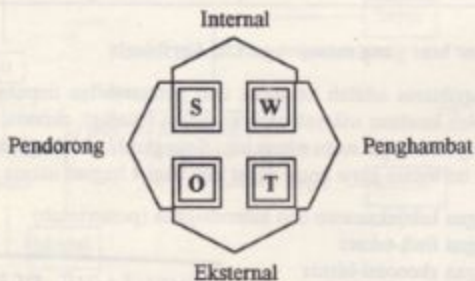


Diagram Sistem Agribisnis dan faktor luar yang mempengaruhinya

Salah satu kegiatan utama dalam pendekatan pengembangan agribisnis di wilayah strata agroekosistem tertentu tidak akan terlepas dari pengaruh lingkungan tersebut.

Kita harus mampu mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan, kendala-kendala (constraint) atau hambatan-hambatan (treats) dan potensi-potensi atau peluang-peluang (opportunities) untuk pengembangan sistem agribisnis di wilayah strata agroekosistem tertentu yang bersumber dari 4 bagian utama lingkungan tersebut.



Kita harus mampu menemukan :

- KEKUATAN (S)
- KELEMAHAN (W)
- POTENSI atau PELUANG (O)
- KENDALA atau HAMBATAN (T)

Yang mempengaruhi pengembangan agribisnis di wilayah strata agroekosistem tertentu yang berasal dari :

- Lingkungan fisik - teknis
- Lingkungan ekonomi - bisnis
- Lingkungan sosial - budaya
- Lingkungan kebijaksanaan dan kelembagaan (pemerintah)

Lingkungan Fisik - Teknis

- a. letak geografis
- b. Keadaan tanah dan topografi
- c. Keadaan iklim
- d. Keadaan sumber air
- e. Keadaan vegetasi

Lingkungan Ekonomi - Bisnis

- a. Keadaan infrastruktur
- b. Mekanisme pemasaran
- c. Keadaan pasca panen
- d. Keadaan agroindustri (pengolahan hasil)
- e. Keadaan perusahaan pembimbing koperasi
- f. Keterlibatan swasta secara umum

Lingkungan Sosial - Budaya

- a. Tingkat kemampuan manajemen kelompok tani
- b. Adat istiadat
- c. Tata nilai budaya
- d. Stratifikasi/tingkat sosial
- e. Agama

Lingkungan kebijaksanaan dan kelembagaan (pemerintah)

- a. Prioritas pengembangan (industri, pertanian) nasional dan regional
- b. Kebijakan pengembangan sektor pertanian
- c. Kebijakan pengembangan komoditi prioritas
- d. Perencanaan dari bawah/atas
- e. Kebijakan Penyuluhan Pertanian
- f. Pengaturan pelayanan sarana produksi dan kredit (perbankan, koperasi)

- g. Pengaturan sistem keuangan pedesaan
- h. Rekomendasi hasil riset
- i. Peningkatan otonomi daerah

Untuk mengidentifikasi jenis kekuatan, kelemahan kendala/hambatan dan potensi/ peluang tersebut dapat dilakukan dengan bantuan matriks berikut :

Lingkungan	Kekuatan	Kelemahan	Peluang	Hambatan
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1. Lingkungan fisik teknis				
2. Lingkungan ekonomi bisnis				
3. Lingkungan sosial budaya				
4. Lingkungan kebijaksanaan & kelembagaan (Pemerintah)				

5. Pelaku Agribisnis

Seperti telah kita bahas dimuka bahwa agribisnis terdiri dari 4 rangkaian mata rantai dari hulu sampai hilir yaitu penyediaan agroinput, pengelolaan usahatani, agroindustri dan pemasaran.

Keempat mata rantai tersebut membentang dari pengorganisasian produksi hingga pendistribusian hasil produksi. Dimana didalamnya terkait antara sektor pertanian dan sektor industri.

Nah, sekarang siapa pelakunya ?

Pada prinsipnya ada 4 pelaku agribisnis yaitu :

- (1) Petani - Nelayan
- (2) KUD
- (3) BUMN
- (4) Swasta



Diagram 4 Pelaku Agribisnis

a. Petani - Nelayan

Petani-nelayan diharapkan menjadi pelaku utama. Oleh karena itu petani-nelayan haruslah memiliki ketrampilan dalam menerapkan inovasi, baik inovasi teknik, ekonomi maupun sosial, sesuai dengan perkembangan zaman. Penerapan inovasi yang dilahirkan oleh ilmu pengetahuan inilah yang membedakan pertanian komersial dengan pertanian subsisten.

Petani-nelayan harus mampu meraih tingkat pendapatan yang layak, diukur dengan tingkat kewajiban hidup yang terus berkembang.

Petani nelayan harus mampu menerapkan prinsip-prinsip usahatani yang berorientasi agribisnis sehingga produktivitasnya dan pendapatannya naik yaitu :

1. Pola usahatani yang sesuai dengan agroekosistem
2. Usahatani yang intensif
3. Usahatani yang lestari yang berwawasan lingkungan
4. Usahatani sebagai usaha bisnis (komersial)
5. Usahatani yang menjamin peningkatan pendapatan, kesejahteraan keluarga tani dan perbaikan kehidupan masyarakat tani.

Petani-nelayan secara perorangan atau kelompok harus memiliki kekuatan mandiri dalam menghadapi pihak-pihak lain dalam dunia usaha.

Oleh karena itu petani-nelayan sebagai pelaku utama agribisnis diharapkan dapat bergabung dengan kelompok tani-nelayan sebagai kelas belajar, wadah kerjasama, unit produksi, organisasi kegiatan bersama dan kesatuan swadaya dan swadana petani-nelayan.

b. Koperasi Unit Desa

Koperasi sebagai soko guru atau tiang utama ekonomi kita diharapkan mampu berperan aktif di dalam memperluas perekonomian pada skala kecil dan usaha

keluarga di desa, dengan antara lain aktif membantu petani-nelayan menyalurkan baik input maupun memasarkan hasil produksi. Disamping itu diharapkan juga dapat memberikan bimbingan teknis.

c. Badan Usaha Milik Negara (BUMN)

Sebagai dinamisator dan stabilisator pembangunan pemerintah masih perlu tetap mempertahankan dan menumbuh suburkan BUMN.

Sebagai badan usaha, BUMN berfungsi sebagai :

- agent of development
- penyerap tenaga kerja
- pemacu untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional

d. Swasta

Swasta sebagai salah satu pelaku ekonomi nasional perlu diberi tempat dan kesempatan sebagai pelaku agribisnis dalam rangka merangsang dan memacu pertumbuhan ekonomi nasional. Atau dalam upaya membantu kemandirian petani nelayan melalui pola bapak angkat atau contract farming.

III. PERENCANAAN AGRIBISNIS

1. Pengertian Perencanaan Agribisnis

Tujuan beragribisnis adalah untuk memperoleh pendapatan yang paling tinggi baik berbentuk natura maupun uang.

Ditinjau secara ekonomis murni, agar proses agribisnis dapat berkelanjutan maka :

$$\text{Nilai hasil} = \text{biaya} + \text{laba guna menampung seluruh resiko usaha}$$

Artinya nilai hasil hendaklah cukup untuk menutup biaya-biaya dan menampung resiko usaha.

Dari sudut agribisnis yang dilakukan oleh petani-nelayan dalam bentuk usahatani :

$$\text{Nilai hasil} = \text{biaya} + \text{menampung kebutuhan hidup petani-nelayan secara sejahtera}$$

Artinya, nilai hasil hendaklah cukup untuk menutup biaya-biaya dan kebutuhan hidup petani-nelayan secara sejahtera sehingga perlu dilakukan perencanaan agribisnis yang baik.

Pengertian Perencanaan Agribisnis

Perencanaan Agribisnis adalah usaha sistematis untuk mencari alternatif-alternatif baru, disertai dengan penghitungan konsekuensi finansialnya terhadap hasil dan biaya.

2. Tahapan Perencanaan Agribisnis

Dari pengertian tersebut di atas, maka tahapan *pertama* perencanaan agribisnis adalah :

MENCARI ALTERNATIF-
ALTERNATIF

Dalam hal ini hendaklah diusahakan agar kemungkinan-kemungkinan tersebut : dilakukan, dialami, dan ditemukan sendiri oleh petani-nelayan.

Tahapan yang *kedua* adalah :

MENGHITUNG RENDABILITAS & MELAKUKAN ANALISIS PERENCANAAN

Dalam hal ini hendaklah dilakukan pencatatan data agribisnis atau pembukuan agribisnis, sehingga petani-nelayan dapat menghitung biaya dan hasil, serta menganalisis saldo usaha dari alternatif-alternatif yang ditemukan.

Tahapan *ketiga* adalah :

MEMBANDINGKAN SITUASI BARU DENGAN SITUASI SAAT INI

Pada prinsipnya alternatif yang memberi harapan kenaikan pendapatan paling tinggi yang diberikan prioritas pertama untuk diterapkan.

3. Titik Tolak Perencanaan Agribisnis

Pada hakekatnya yang perlu diusahakan adalah pemanfaatan semaksimal mungkin dari faktor-faktor yang paling langka.

Misalnya :

Tanah paling langka, gunakanlah seintensif mungkin dengan teknik intensifikasi untuk meningkatkan produktivitas.

Tenaga Kerja paling langka, usahakan dapat ditunjukkan untuk memproduksi sebanyak-banyaknya per satuan tenaga kerja, dengan menggunakan tanah dan modal yang ada.

Modal paling langka, maka diarahkan untuk ekstensifikasi dengan penggunaan tenaga kerja yang banyak (padat tenaga kerja, bukan padat modal).

Jadi perbandingan kuantitatif antara : *luas tanah* : *jumlah tenaga kerja* : *jumlah modal yang digunakan*, akan tergantung pada kelangkaan relatifnya.

Perbandingan ini akan berubah jika perbandingan nilainya berubah. Oleh karena itu agribisnis harus selalu dinamis agar dapat menyesuaikan dengan perbandingan yang selalu berubah tadi.

4. Kegiatan Perencanaan Agribisnis

Berdasarkan titik tolak tersebut di atas, maka kegiatan perencanaan agribisnis akan berlangsung sebagai berikut :

- a. Identifikasi kebutuhan pasar.
- b. Identifikasi kebutuhan industri hilir

- c. Identifikasi jaringan ketersediaan agroinput.
- d. Identifikasi jaringan ketersediaan modal usaha
- e. Penyusunan pola usahatani yang memiliki keunggulan kompetitif komoditi.
- f. Perencanaan modal dan pengajuan kredit
- g. Perencanaan tenaga kerja.

a. Identifikasi Kebutuhan Pasar

Perencanaan agribisnis terlebih dahulu harus dapat menjawab apa yang diinginkan oleh pembeli. Yang dimaksud pembeli di sini adalah siapa saja yang bergerak di dalam salah satu saluran pemasaran maupun konsumen akhir.

Agribisnis memiliki ciri utama yaitu menghasilkan komoditi dengan tujuan untuk dijual guna mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya. Untuk itu sebelum memulai produksi kita harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut.

- Komoditi-komoditi apa saja yang diminta pasar ?
- Berapa jumlah yang diminta dan bagaimana kualitas yang diinginkan ?
- Di mana komoditi tersebut dikonsumsi ?
- Berapakah harga per satuan yang akan diperoleh ?
- Dan apakah harga tersebut sudah layak ?

Sumber-sumber informasi tersebut adalah grosir, penjaja/warung kecil, konsumen akhir, lembaga keuangan (bank Pemerintah, BPR).

Grosir dapat memberikan informasi tentang :

- berapa harga beli
- berapa ongkos grading

Penjaja/warung kecil dapat memberikan informasi tentang :

- mutu
- jumlah produk
- musim ramai pembeli
- kesukaan pembeli (perilaku pasar)

Konsumen akhir dapat memberikan informasi tentang :

- kemasan yang paling disukai
- penampilan/bentuk barang yang paling disukai.

Lembaga keuangan dapat memberikan informasi tentang :

- usaha apa yang paling aman
- masih ada celah/peluang untuk usaha.

Informasi juga dapat dicari melalui pengamatan *supplier* yaitu :

- siapa
- darimana
- kapan pasar kosong dan kapan penuh.
- siapa yang menyimpan

- masih punya *stock* (cadangan) atau tidak
- sifat atau tipe pembeli.

b. Identifikasi Kebutuhan Industri Hilir

Industri hilir tidak lain adalah kegiatan agroindustri yang merupakan salah satu sub-sistem atau mata rantai agribisnis.

Dengan adanya era tinggal landas dalam Pelita I yang ditandai oleh struktur ekonomi yang seimbang yaitu industri yang kuat yang ditunjang oleh pertanian yang tangguh, maka agroindustri akan menjadi mata rantai yang menonjol. Bahkan saat ini konsep agroindustri sudah sering diucapkan bersamaan dengan agribisnis, menjadi

Agribisnis dan agroindustri
atau
Agribisnis dalam era agroindustri

Upaya agroindustri untuk meraih nilai tambah dan diversifikasi vertikal untuk tambahan kegiatan atau perlakuan komoditi setelah panen dilakukan dengan :

- penyimpanan
- pengeringan
- pengolahan
- pengangkutan

Dengan demikian produk primer akan meningkat nilainya menjadi produk olahan.

c. Identifikasi Jaringan Ketersediaan Agroinput

Dalam perencanaan agribisnis perlu dilakukan identifikasi jaringan ketersediaan agroinput yang meliputi :

- (1) Lembaga penyedia (industri hulu)
- (2) Mutunya
- (3) Jumlahnya
- (4) Harganya
- (5) Waktu ketersediaannya.

Lembaga penyedia agroinput memegang peranan penting dalam perencanaan agribisnis, lembaga ini antara lain :

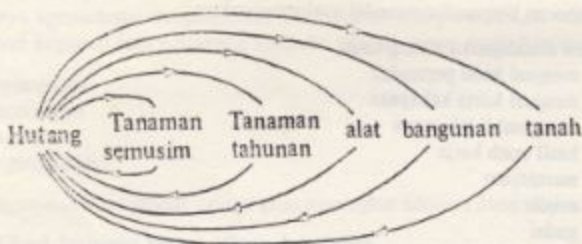
- Produsen bibit, pupuk, pestisida, alat dan mesin pertanian.
- Grosir
- Pengecer (KUD, Kios)

f. Perencanaan Modal dan Pengajuan Kredit.

Modal agribisnis mencakup keseluruhan sarana produksi yang dikuasai.

Jangka waktu berputarnya modal atau jangka waktu uang terinvestasi adalah sebagai berikut :

- * dalam tanah
 - kekal atau lama sekali
- * dalam bangunan
 - 10 - 50 tahun
- * dalam alat-alat
 - 5 - 10 tahun
- * dalam tanaman
 - tahunan : lebih dari 1 tahun
 - semusim : 1 tahun atau kurang (benih, pupuk dan lain-lain)



Gambar : Jangka waktu Perputaran modal.

Untuk itu kita membutuhkan modal usaha dengan jangka waktu yang berbeda-beda yaitu :

- (1) Kebutuhan modal permanen
 - tanah
 - alat produksi tahan lama dan habis terpakai yang permanen.
- (2) Kebutuhan modal jangka panjang (10 tahun)
 - bangunan
 - tanaman tahunan yang berumur panjang.
- (3) Kebutuhan modal jangka sedang (1 - 10 tahun) alat;
 - ternak
 - tanaman keras yang berumur kurang dari 10 tahun

(4) Kebutuhan modal jangka pendek (sampai 1 tahun)

- tanaman semusim
- ikan
- sarana produksi (bibit, pupuk dan lain-lain)

Dari mana cara mendapatkan modal ?

Ada 2 jenis modal :

- * modal sendiri (harta milik sendiri)
- * modal asing
 - pinjaman
 - pembelian yang belum dibayar
 - modal yang diperoleh dengan kerjasama misalnya CV. persero aktif (komplementer) dan persero pasif (komanditer).

Modal sendiri adalah selalu siap untuk dipakai, oleh karena itu sangat penting. Sedangkan modal asing selalu membawa kewajiban :

- * membayar bunga
- * membayar cicilan

Untuk itu dipergunakan berbagai istilah :

- (1) Likuiditas
- (2) Solvabilitas
- (3) Rentabilitas

Likuiditas menunjukkan sampai di mana agribisnis dapat memenuhi kewajiban finansialnya misalnya membawa tagihan, hutang, bunga, pajak rekening dan sebagainya.

Likuiditas kadang-kadang merupakan faktor penghalang yang perlu diperhatikan dalam agribisnis. Pada prinsipnya mempertahankan likuiditas adalah penting, yaitu menjaga agar lamanya periode tersedianya uang sedikit-tidaknya sama lamanya dengan periode perputaran (sirkulasi) modal dalam proses agribisnis. Adalah perlu sekali untuk bisa tepat waktu merencanakan alat pembayaran yang likuid yang akan datang, agar kita tidak meminjam dalam keadaan yang terdesak. Jadi kita harus belajar melihat kedepan. Tetapi jangan sampai *over-liquidity* karena akan rugi bunga.

Solvabilitas adalah perbandingan antara modal milik dan modal yang diinvestasikan

$$S = \frac{\text{Modal sendiri}}{\text{Modal yang diinvestasikan}} \times 100\%$$

Agribisnis dapat dikatakan bonafit atau memiliki reputasi baik kalau solvabilitasnya lebih dari 80 %. Oleh karena itu pemupukan modal sendiri adalah penting. Dan ini dapat dilakukan dengan cara menekan kebutuhan hidup dan memperbesar tabungan.

Rentabilitas menunjukkan berapa besarnya bunga yang dapat dihasilkan oleh kekayaan total.

Rentabilitas dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$R_t = \frac{PP + B}{K} \times 100\%$$

dimana

R_t = Rentabilitas dari modal yang diinventarisasikan

PP = Pendapatan pengelola

B = Semua bunga yang telah diperhitungkan dalam biaya

K = Total investasi

Sedangkan rentabilitas modal sendiri dapat dihitung dengan rumus,

$$R_{ts} = \frac{PP + B - B_b}{K_s} \times 100\%$$

dimana

R_{ts} = Rentabilitas dari modal sendiri

PP = Pendapatan pengelola

B = Semua bunga yang telah diperhitungkan dalam biaya.

B_b = Bunga yang telah dibayarkan

K_s = Modal sendiri

g. Perencanaan Tenaga Kerja

Kebutuhan akan tenaga kerja dapat kita bandingkan dengan tersedianya tenaga kerja yang dimiliki oleh keluarga tani nelayan.

Untuk perencanaan tenaga kerja perlu diperhatikan 2 keadaan berikut ini.

(1) Kebutuhan lebih besar daripada penyediaan

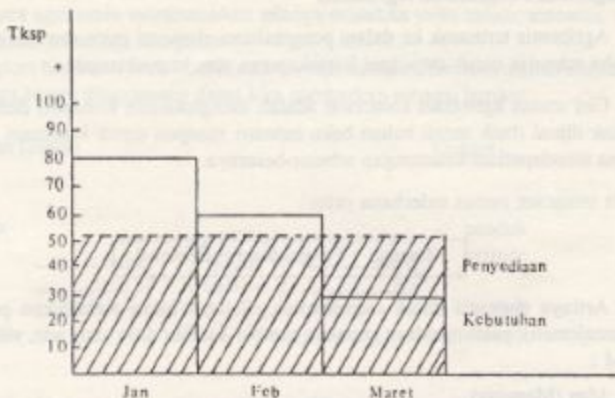
- perlu merubah rencana pola agribisnis sehingga dapat diselenggarakan dengan tenaga kerja keluarga.
- ambil tenaga kerja musiman

(2) Kebutuhan lebih kecil daripada penyediaan

- ini berarti pengangguran tersamar (*disquised unemployment*)
- Carilah jalan guna memanfaatkan tenaga kerja yang berlebihan.

Kebutuhan tenaga kerja untuk 1 Ha dinyatakan dalam hari teksp (tenaga kerja setara pria = *man days*) selama satu bulan takwin adalah periode agribisnis.

Contoh :



Kebutuhan tenaga kerja dihitung berdasarkan jenis kegiatan agribisnis selama 1 bulan takwin yang dihitung berdasarkan tksp.

Penyediaan tenaga kerja dihitung berdasarkan tksp tenaga keluarga selama 1 bulan takwin.

IV. PENGELOLAAN AGRIBISNIS

1. Pengertian Pengelolaan Agribisnis

Agribisnis termasuk ke dalam pengetahuan ekonomi yaitu mempelajari usaha-usaha manusia untuk mencapai kemakmuran atau kesejahteraan.

Ciri utama agribisnis komersial adalah menghasilkan komoditi dengan tujuan untuk dijual (baik untuk bahan baku industri maupun untuk konsumsi langsung), guna mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya.

Ada semacam rumus sederhana yaitu :

$$\text{Manusia} + \text{Pengelolaan} = \text{Efisiensi}$$

Artinya manusia untuk memperoleh efisiensi harus melakukan pengelolaan (manajemen), yaitu mendaya gunakan sumber-sumber daya yang ada, yang meliputi 6 M :

- *Man* (Manusia)
- *Money* (Uang)
- *Machine* (Alat)
- *Material* (Bahan)
- *Method* (Teknologi)
- *Market* (Pasar).

seefisien mungkin dengan menerapkan 5 Fungsi Manajemen (FM) dan 5 Dinamika Manajemen (DM) :

5 Fungsi Manajemen (FM) adalah :

- Perencanaan
- Pengorganisasian
- Penggerakan
- Pengawasan
- Evaluasi

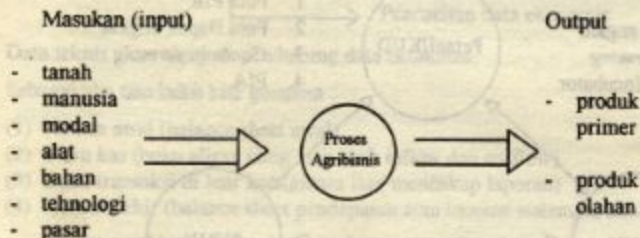
5 Dinamika Manajemen (DM) adalah :

- *Human Relations*
- Komunikasi
- Pengambilan Keputusan
- Koordinasi
- Kepemimpinan

Agribisnis adalah suatu proses yang dimulai dari proses produksi pertanian yang menggunakan sarana produksi yang disediakan, dan dilanjutkan dengan penanganan pasca panen, pengolahan dan pemasaran.

Proses agribisnis membutuhkan adanya masukan yaitu tanah, manusia, modal, alat, bahan, teknologi dan pasar.

Sedangkan hasil dari korbanan ekonomis dari masukan tersebut adalah output-input sehingga secara diagramatis dapat kita gambarkan sebagai berikut :



Dengan demikian pengelolaan agribisnis dapat diartikan sebagai berikut :

Pengelolaan Agribisnis

Adalah kegiatan pendayagunaan tanah, manusia, modal, alat, bahan, teknologi, pasar dengan menerapkan 5 fungsi manajemen (perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, pengawasan, evaluasi) dan 5 dinamika manajemen (*human relations*, komunikasi, pengambilan keputusan, kepemimpinan, koordinasi dalam agribisnis untuk memperoleh efisiensi setinggi-tingginya.

2. Bentuk-bentuk Pendekatan Agribisnis

Sampai saat ini pendekatan yang telah dilakukan Departemen Pertanian dan Departemen Perindustrian dalam pola pembinaan agribisnis dan agroindustri di pedesaan adalah :

a. Pendekatan Perusahaan Inti Rakyat (PIR)

Ada Perusahaan Inti dan ada petani plasma. Skala usaha dan hubungan antara petani plasma dan perusahaan inti telah diatur dengan jelas, bahkan melalui perjanjian tertulis atau kontrak.

b. Pendekatan Bapak Angkat

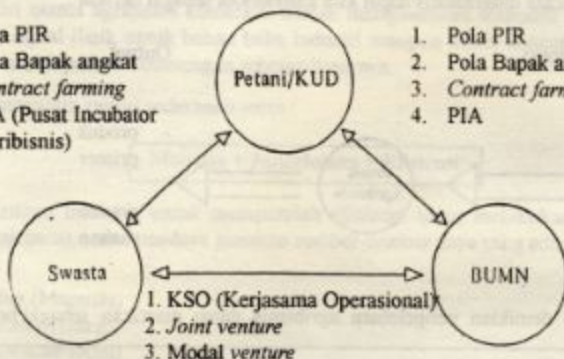
Pola ini dirintis oleh Departemen Perindustrian kemudian diperluas melalui

pengikutsertaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di bawah binaan Departemen Pertanian. BUMN perlu menyusun program terpadu yang mencakup wilayah dan komoditi terpilih.

c. Pendekatan kelembagaan Pedesaan

Pola ini merupakan pola yang paling rumit karena mencakup penggeseran seluruh tata nilai masyarakat yaitu masyarakat agraris menjadi masyarakat industri.

1. Pola PIR
2. Pola Bapak angkat
3. *Contract farming*
4. PIA (Pusat Incubator Agribisnis)



1. Pola PIR
2. Pola Bapak angkat
3. *Contract farming*
4. PIA

3. Tata Buku Agribisnis

Tata buku agribisnis adalah pencatatan dan penghitungan data ekonomis dari seluruh mata rantai kegiatan agribisnis secara lengkap dan sistematis selama jangka waktu tertentu dengan tujuan untuk menghitung dan mengetahui hasil finansial agribisnis tersebut.

Tata buku agribisnis merupakan sumber daya yang sangat penting bagi pengelolaan agribisnis, karena tata buku agribisnis merupakan bagian dari tata usaha agribisnis secara keseluruhan. Sedangkan tata usaha agribisnis mencakup pencatatan dari semua kejadian dalam agribisnis baik data teknis maupun ekonomis.

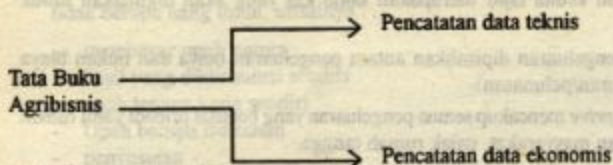
Data teknis yang perlu dicatat adalah :

- rencana agribisnis
- penggunaan agroinput
- pemeliharaan dan perkembangan komoditi yang diusahakan
- kegagalan atau kematian

Data ekonomis yang perlu dicatat adalah :

- input (uang atau natura)
- output (uang atau natura)
- penghitungan pendapatan

Pencatatan data teknis dan ekonomis inilah yang menjadi bidang garapan tata buku agribisnis.



Data teknis akan menjadi pendukung data ekonomis.

Sebagai alat tata buku kita gunakan :

- (1) Neraca awal (balance sheet awal)
- (2) Buku kas (buku aliran uang atau cash inflow dan outflow).
- (3) Buku transaksi di luar kas (antara lain mencakup laporan)
- (4) Neraca akhir (balance sheet pendapatan atau income statement akhir)

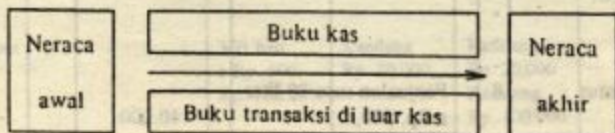
Neraca awal kita pergunakan untuk mencatat situasi permulaan agribisnis.

Buku kas kita pergunakan untuk mencatat transaksi uang tunai selama berlangsungnya kegiatan agribisnis.

Buku transaksi di luar kas kita pergunakan untuk mencatat transaksi natura atau transaksi yang hanya diperhitungkan selama berlangsungnya kegiatan agribisnis.

Neraca akhir kita pergunakan untuk mencatat situasi akhir agribisnis.

Keempat alat tersebut dapat kita gambarkan sebagai berikut :



a. Neraca awal

Berisi catatan-catatan tentang modal awal yang ditanamkan dalam agribisnis dan harta milik serta pinjaman yang digunakan untuk membiayai kegiatan agribisnis tersebut, pada awal periode tertentu.

Catatan-catatan modal ditulis dalam lajur *debet* atau *aktiva*.

Catatan-catatan tentang asalnya modal yaitu harta milik dan pinjaman ditulis dalam lajur *kredit* atau *passiva*.

Catatan dalam lajur aktiva (debet) maupun passiva (kredit) disusun mulai dari yang memiliki likuiditas kecil kemudian menurun menurut urutan besarnya likuiditas.

d. Identifikasi Jaringan Ketersediaan Modal Usaha.

Untuk memenuhi kebutuhan modal usaha agribisnis dapat dilakukan melalui berbagai cara. Pada umumnya petani-nelayan mendapatkan uang tunai sebagai modal usaha agribisnis dari hasil penjualan produk, menjual harta kekayaan, mengambil tabungan, arisan, upah kerja dan lain-lain. Hanya pada saat-saat khusus saja mau mendapatkan melalui pinjaman.

Secara tradisional petani-nelayan meminjam dari tetangganya dan pihak keluarga. Dan tidak jarang terjadi mereka meminjam dari tengkulak.

Selain dari itu, peminjaman uang dapat pula dilakukan pada lembaga keuangan resmi seperti bank, koperasi (KUD), rumah gadai dan lain-lain.

Masing-masing daerah memiliki jaringan modal usaha yang berbeda. Untuk itu perlu diidentifikasi.

Demikian pula bentuk dan besarnya bunga pinjaman, serta cara pembayarannya kembali perlu diidentifikasi.

Gambaran ketersediaan modal usaha mencakup :

(1) Cara mendapatkan uang tunai

- menjual hasil pertanian
- menjual harta kekayaan
- mengambil tabungan
- hasil upah kerja
- meminjam
- arisan
- gadai
- menyewakan barang
- bagi hasil musim lalu

(2) Pihak yang meminjamkan uang untuk modal usaha :

- BRI/Bank lain
- KUD
- Tetangga
- Keluarga
- Tengkulak / rentenir

(3) Cara pengembalian pinjaman dan besarnya bunga.

e. Penyusunan Pola Usahatani Yang Memiliki Keunggulan Kompetitif Komoditi.

Penyusunan Pola Usahatani ini dilakukan setelah memperhitungkan faktor :

- Kebutuhan pasar
- Kebutuhan agroindustri
- Ketersediaan agroinput
- Ketersediaan modal

Pemasukan/penerimaan dicatat pada lajur sebelah kiri dan pengeluaran dicatat pada lajur sebelah kanan.

Selisih jumlah kedua lajur merupakan saldo kas yang akan digunakan untuk neraca akhir.

Pada lajur pengeluaran dipisahkan antara pengeluaran biaya dan bukan biaya (*prive* dan angsuran/pelunasan).

Pengeluaran *prive* mencakup semua pengeluaran yang bersifat pribadi yaitu rumah tangga, kewajiban masyarakat, pajak rumah tangga.

Dalam praktek agribisnis sebaiknya pemasukan dan pengeluaran segera dicatat dalam buku kas. Dan segera dibuat buku kas tabelarisnya.

Dalam pengelolaan usahatani, agar supaya semua peristiwa usahatani terdokumentasi dengan baik maka di samping pembuatan buku kas sebaiknya dibuat pula bagan pertanaman.

Contoh :

Buku Kas Tahun 1992

Tanggal		Uraian	Penerimaan Rp.	Pengeluaran Rp.
Januari	1	Saldo kas	10.000	-
	5	Membeli tali	-	2.000
Februari	-			
Maret	3	Pengobatan kambing	-	8.000
April	-			
Mei	-			
Juni	-			
Juli	-			
Agustus	8	Penjualan susu 80 liter a Rp. 500,-	40.000	-
September	30	Penjualan anak kambing 2 ekor a Rp. 150.000	300.000	-
Oktober	-			
Nopember	-			
Desember	17	Pribadi (dari kas)	-	15.000
		Saldo kas	-	325.000
		Jumlah	350.000	350.000

c. Buku Transaksi di luar Kas

Buku transaksi di luar kas ialah buku catatan yang berisi data ekonomi yang tidak berupa uang tunai, misalnya :

- membayar upah natura
- hasil yang dikonsumsi sendiri
- upah tenaga kerja sendiri
- Upah berupa makanan
- penyusutan
- bunga modal sendiri
- penerimaan berupa natura

contoh :

Buku transaksi di luar Tahun 1992

Bulan	Konsumsi sendiri	Upah natura (Rp.)	Pencatatan (Rp.)	Bunga modal (Rp.)	Penerimaan natura (Rp.)
	Ternak (Rp.)				
Maret	40 liter susu a Rp. 500.- - Rp. 20.000	-	-	-	-
April	-	-	-	-	lahir 2 ekor a Rp. 50.000 - Rp. 100.000
Desember	-	360 hari a Rp. 500.- Rp. 180.000	Kandang Rp. 20.000	Kandang Rp. 20.000 Kambing Rp. 100.000	-
Jumlah	20.000,-	180.000,-	20.000,-	120.000,-	100.000,-

d. Neraca Akhir

Neraca akhir berisi catatan-catatan tentang modal yang ditanamkan dalam agribisnis dan harta yang digunakan untuk membiayai kegiatan agribisnis pada akhir periode tertentu.

Keterangan-keterangan lain seperti neraca awal.

Lajur aktiva (debit) berisi :

- Tanah
- Bangunan
- Alat
- Perkakas
- Inventaris lapangan
(tanaman, ternak, ikan dan lain-lain)
- Persediaan (hasil dan saprodi)
- Uang tunai (kas)

Lajur passiva (kredit) berisi :

- Harta milik
- Pinjaman
- Hutang
- Nota tagihan

Pinjaman dibedakan dengan hutang dan nota tagihan. Nota tagihan adalah kewajiban finansial yang harus segera dilaksanakan berupa pembelian-pembelian atau upah yang belum dibayarkan.

Sedangkan pinjaman adalah hutang yang jumlahnya relatif besar, menggunakan agunan (*borg*), dibuat secara tertulis, jangka waktu relatif lama, dan dibayar berupa cicilan + bunga pinjaman. Sedangkan hutang relatif berjumlah sedikit, dengan dasar kepercayaan dan jangka waktu relatif tidak lama.

Contoh neraca awal :

Neraca awal per 1 - 1 - 1992

Debet		Kredit	
Aktiva	Rp.	Passiva	Rp.
- Kandang	200.000	- Harta milik	710.000
- Kambing	500.000	- Hutang	-
- Milik lain	-		
- Kas	10.000		
	710.000		710.000

Harta milik merupakan pos kunci yang membuat angka pada lajur kredit sama dengan lajur debit.

b. Buku Kas

Buku kas adalah buku yang berisi catatan tentang pemasukan-pemasukan/penerimaan dan pengeluaran-pengeluaran yang berupa uang tunai.

Contoh :

Neraca akhir per 31 - 11 - 1992

Debet		Kredit	
Aktiva	Rp.	Passiva	Rp.
- Kandang	180.000	- Harta milik	1.005.000
- Kambing	500.000	- Hutang	-
- Milik lain	-		
- Kas	325.000		
	1.005.000		1.005.000

4. Agroindustri

Strategi pengembangan agroindustri dengan berbagai tantangan dan kendala diharapkan menumbuhkan industri di pedesaan yang mampu memacu pertumbuhan ekonomi yang berimbang, meningkatkan nilai tambah dan penyerapan tenaga kerja serta pilihan lokasi yang tepat.

Sumbangan nilai tambah dan penyerapan tenaga kerja dapat langsung dinikmati oleh masyarakat pedesaan ; tidak lagi oleh processor atau pedagang tetapi langsung dinikmati petani .

Untuk itu tumbuhnya agroindustri di pedesaan perlu didukung dengan jalan melakukan reorientasi program pengembangan agribisnis komoditi, dengan didukung oleh kelengkapan sarana dan prasarana yang diperlukan.

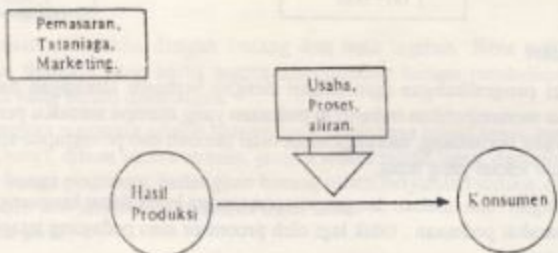
V. PEMASARAN

1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran secara sederhana dikatakan sebagai proses penyaluran barang-barang dari produsen ke konsumen. Produsen adalah mata rantai yang pertama dan konsumen adalah mata rantai terakhir. Pemasaran dikatakan efektif kalau terdapat kesesuaian antara produksi dengan kebutuhan konsumsi secara optimal.

Menurut W. David Downey dan Steven P. Erickson dalam bukunya Manajemen Agribisnis, pemasaran (marketing) adalah :

proses yang mengakibatkan aliran produk melalui *sistem* dari produsen ke konsumen.



Pemasaran melibatkan banyak kegiatan yang berbeda, yang menambah nilai produk pada saat produk bergerak melalui sistem tersebut.

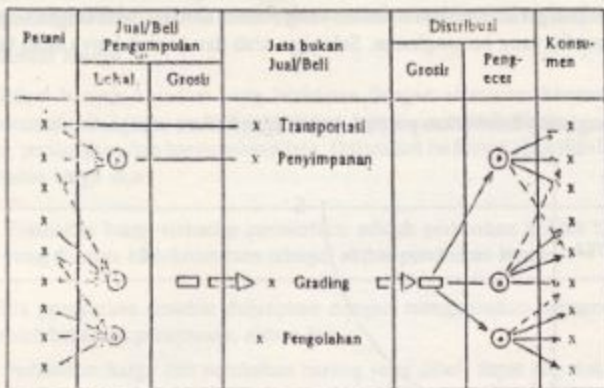
2. Fungsi Pemasaran

Proses pemasaran mengandung beberapa fungsi yang harus ditampung oleh pihak produsen dan lembaga-lembaga atau mata rantai penyaluran produk-produknya. Seringkali fungsi-fungsi tersebut menimbulkan masalah-masalah yang harus dipecahkan baik oleh pihak produsen yang bersangkutan maupun oleh lembaga-lembaga yang merupakan mata rantai saluran produk-produknya itu.

Fungsi-fungsi yang dimaksud di atas ialah :

- Pembelian (*buying*) dan pengumpulan (*assembling*)
- penjualan (*selling*), penyebaran (*distributing*)
- Penyimpanan (*storage*)
- Pengolahan (*processing*)
- Pembiayaan atau pendanaan (*financing*)
- Resiko (*risk*)
- Informasi pasar (*market information*)

Bagan proses pemasaran dapat digambarkan sebagai berikut :



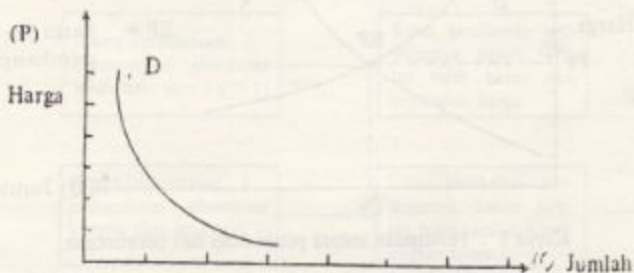
Keterangan :

- • Hubungan yang teratur.
- - - • Hubungan insidental untuk persaingan.

3. Mekanisme Pasar

Dalam rantai pemasaran, pasar memegang peranan penting. Dalam suatu pasar, penawaran (supply) dan permintaan (demand) saling bertemu. Secara sederhana, pengertian pasar adalah "pasar merupakan tempat pertemuan antara pembeli (buyer) dan penjual (seller)".

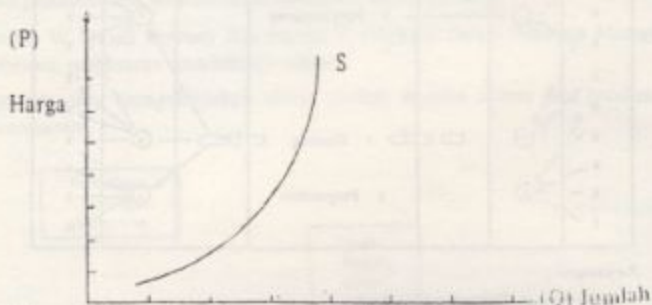
Jumlah barang yang diminta bergantung kepada harga. Hal ini dapat digambarkan dengan grafik sederhana di bawah ini :



Kurva 1 : Jumlah barang yang diminta dengan harga yang berlainan

Kurva 1 memperlihatkan bahwa apabila harga satuan turun maka permintaan akan bertambah. Secara umum hal ini berlaku untuk segala macam komoditi (produk). Hanya tingkat perubahan dalam jumlah yang diminta berbeda-beda bergantung kepada sifat komoditi yang bersangkutan. Sehingga arah dan bentuk kurva akan berlainan pula.

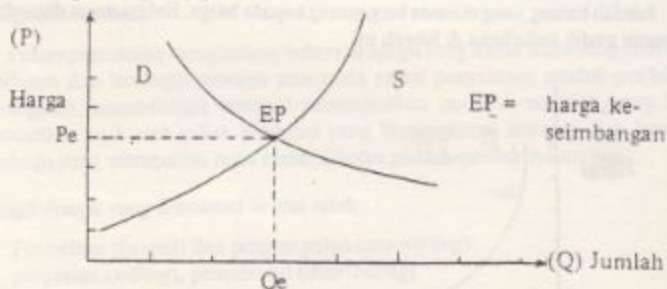
Jumlah barang yang ditawarkan penjual dapat digambarkan sebagai berikut :



Kurva 2 : Jumlah barang yang dijual dengan harga yang berlainan.

Kurva 2 memperlihatkan secara umum bagaimana reaksi produsen/penjual terhadap perubahan harga dari produknya. Di sini juga ada perbedaan-perbedaan tersebut di atas tergantung dari sifat komoditi (produk) yang bersangkutan.

Dengan mempertemukan kedua kurva tersebut diatas, maka terbentuk "harga keseimbangan" (*equality-price*).



Kurva 3 : Pertemuan antara penawaran dan permintaan.

Kurva 3 memperlihatkan bagaimana penawaran dan permintaan di pasar dan mencapai keseimbangan. Pada titik Q_e , jumlah yang ditawarkan berimbang dengan jumlah yang diminta, pada harga P_e . Pada titik-titik lainnya baik penjual maupun

pembeli tidak memperoleh kepuasan mengenai harga. Dengan demikian ada kecenderungan ke arah terbentuknya harga keseimbangan. Jelas kiranya, bahwa ini merupakan pendekatan yang sangat elementer dan teoritis dari mekanisme pasar.

4. Elastisitas Harga

Dalam banyak kejadian yang berkaitan dengan elastisitas khususnya aspek permintaan, ada 3 (tiga) peubah yang paling *signifacant* untuk dibahas, yaitu peubah harga, pendapatan dan harga barang lain. Dalam hal ini hanya akan dibahas tentang elastisitas harga saja.

Elastisitas harga terhadap permintaan adalah perubahan jumlah barang yang diminta oleh konsumen sebagai akibat perubahan harga.

Bila pernyataan tersebut diterapkan dengan menggunakan persamaan, maka diperoleh beberapa pernyataan, antara lain :

- (1) Perubahan harga dan perubahan barang yang dibeli dapat dinyatakan dengan persen.
- (2) Perubahan harga dan perubahan barang yang dibeli dapat dinyatakan dengan angka elastisitas.

Bila elastisitas harga terhadap permintaan tersebut dinyatakan dengan angka, maka biasanya ada 3 macam besaran angka elastisitas ini, yaitu :

Kurva permintaan mempunyai elastisitas satu ($e = 1$)

Kalau perubahan proporsional dalam jumlah dan harga sama besarnya.

Kurva permintaan mempunyai elastisitas lebih dari satu ($e > 1$)

Kalau perubahan proporsional dalam jumlah lebih besar dari perubahan harga.

Kurva permintaan mempunyai elastisitas kurang dari satu ($e < 1$)

Kalau perubahan proporsional dalam jumlah lebih kecil dari perubahan harga.

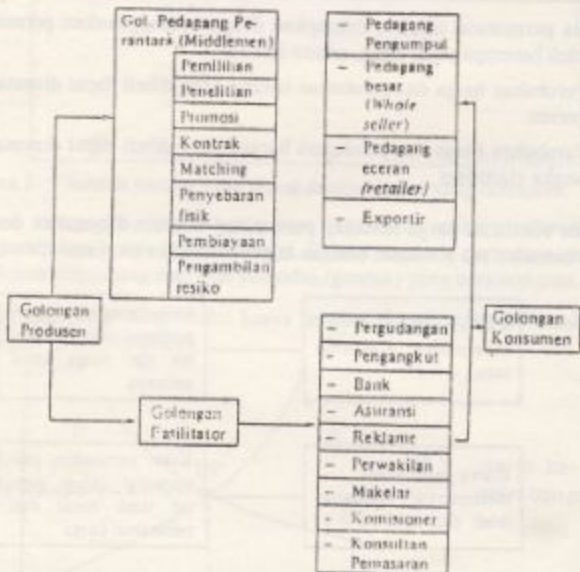
Namun demikian harus selalu diingat bahwa konsep tersebut dipakai dalam pengertian relatif.

Dalam menuliskan angka elastisitas ini ditulis tanda negatif di mukanya. Ini menunjukkan bahwa *harga naik* diikuti oleh *penurunan jumlah barang diminta* dan sebaliknya *harga turun* diikuti dengan *kenaikan jumlah barang yang diminta*.

5. Lembaga Penyalur Produk Agribisnis

Dalam usaha untuk menyalurkan hasil-hasil produksi agribisnis cara yang ditempuh produsen adalah cara pemasaran langsung. Produsen berusaha mencapai pasar terakhir, dengan perangkat penjualan yang dimilikinya atau melalui surat-menyurat dan telepon. Akan tetapi cara yang umum yang ditempuh produsen dalam menyalurkan produk-produknya ke pasar terakhir ialah melalui lembaga-lembaga yang menawarkan jasanya untuk mempermudah kelancaran arus barang.

Secara umum lembaga-lembaga penyalur tersebut dapat digambarkan sebagai berikut :



Bagan Lembaga-lembaga penyalur produk agribisnis.

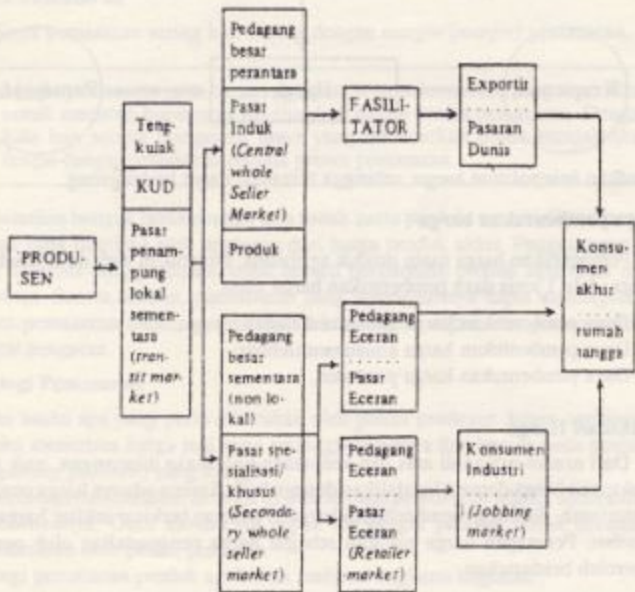
6. Jenis-jenis Pasar Produk Agribisnis

Pada dasarnya pasar produk agribisnis terbagi atas golongan sebagai berikut :

- (1) Pasar penampung sementara (*Transit market*).
- (2) Pengembangan pasar lokal (*Growers local market*)

- (3) Pasar Pusat Distribusi atau Pasar Induk (*Wholeseller market*).
- (4) Pasar eceran (*Retailer market*)
- (5) Pasar dunia dan Pasaran Ekspor - Impor (*International market*).

Bagan Mata Rantai Pemasaran Produk Agribisnis

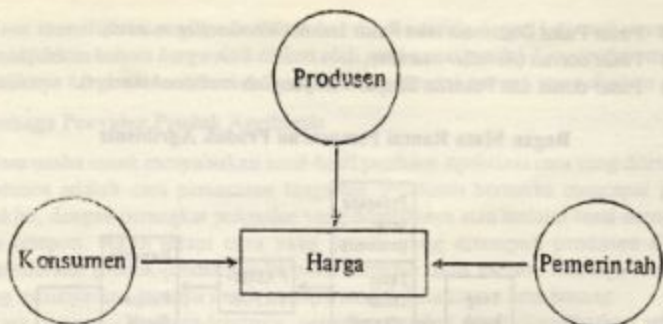


7. Pembentukan harga dalam usaha pemasaran produk-produk Agribisnis.

a. Pembentuk harga (Price determinants)

Dalam kegiatan pemasaran produk-produk agribisnis, terdapat tiga subyek yang menentukan (*determinants*) dalam pembentukan harga suatu produk di pasaran yaitu :

- Produsen dengan dasar biaya-biaya produksi yang telah dikeluarkannya sehingga produk itu berwujud dan siap untuk dipasarkan.
- Konsumen dengan daya beli, kebutuhan serta kesukaannya.
- Pemerintah dengan peraturan atau ketentuan harga sebagai pengendalian tata harga pasar.



mewujudkan *kesepakatan harga*, sehingga transaksi dapat berlangsung.

b. Daya pembentukan harga

Pembentukan harga suatu produk agribisnis, ditentukan oleh daya pembentukan harga. Ada 3 jenis daya pembentukan harga yaitu :

- Daya pembentukan harga konsumen rumah tangga;
- Daya pembentukan harga konsumen industri
- Daya pembentukan harga produsen.

c. Fluktuasi Harga

Dari uraian-uraian di atas dan kenyataan-kenyataan di lapangan, naik turunnya (fluktuasi) harga dapat dikendalikan dengan baik, karena adanya harga patokan dari pemerintah. Sehingga pembentukan harga di pasaran berkisar sekitar harga patokan tersebut. Penetapan harga patokan sebagai harga pengendalian oleh pemerintah diperoleh berdasarkan :

- Hasil riset pasar dan masyarakat (konsumen)
- Daya beli masyarakat, modal pedagang eceran yang tergolong lemah.

d. Menghindarkan atau memperkecil resiko harga

Dalam kegiatan jual-beli antara perusahaan yang bergerak dalam agribisnis dengan perusahaan agroindustri sering terlibat kontrak atau perjanjian jual-beli. Suatu perusahaan yang ingin mempertahankan reputasinya, dengan terjalannya kontrak usaha tersebut bermaksud ingin mewujudkan atau melaksanakan segala isi perjanjian dan tidak mau melakukan ingkar janji. Untuk menghindarkan atau memperkecil resiko yang terjadi maka perusahaan tersebut harus melakukan beberapa kebijaksanaan atau tindakan atau perhitungan-perhitungan dalam dunia marketing yaitu usaha untuk menghindarkan atau memperkecil resiko yang disebut dengan istilah perlindungan (*hedging*).

Hedging adalah suatu kebijaksanaan dalam melakukan pembelian atau penjualan secara perjanjian berjangka, untuk mengimbangi pertumbuhan dalam pasar produk-produk agribisnis.

8. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran sering kali diukur dengan *margin (margin)* pemasaran.

Margin pemasaran yaitu bagian dari pembayaran konsumen yang diperlukan untuk menutup biaya yang dikeluarkan dalam proses pemasaran. Dengan kata lain semua komponen biaya yang dikeluarkan untuk menjalankan fungsi-fungsi pemasaran selama proses pemasaran.

Semakin banyak penambahan jasa untuk suatu produk, semakin kecil persentase bagian yang diterima oleh produsen dari harga produk akhir. Pengurangan bagian yang diterima oleh produsen, tidak berarti permintaan produk agribisnis merosot/ menurun. Secara absolut, permintaan yang sesungguhnya dapat meningkat, sebab proses pemasaran dapat menciptakan lebih banyak ragam dan jenis produk pada tingkat pengecer.

9. Strategi Pemasaran

Usaha usaha apa yang perlu dilakukan oleh petani produsen dalam agribisnis agar mereka menerima harga jual yang setinggi-tingginya dan berada pada posisi tawar (*bargaining position*) yang kuat ?

Untuk menjawab masalah tersebut di atas *strategi pemasaran* adalah salah satu aspek pemecahannya. Oleh karena itu aspek itu sangat penting untuk dikuasai dan dilaksanakan oleh petani produsen.

Strategi pemasaran produk agribisnis meliputi kegiatan kegiatan :

Peubah Pemasaran	Uraian
1. Riset dan analisis pasar	<ul style="list-style-type: none">- Peramalan data yang lampau untuk barang-barang yang dibeli secara teratur- Sampel untuk Pasar yang luas- Pengujian pasar untuk mengurangi resiko.- Menentukan pemakaiannya.- Menentukan tempat diambilnya keputusan.
2. Keputusan	<ul style="list-style-type: none">- Menentukan bentuk produk se-

tentang Produk	<p>belum menjual.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hubungan tidak langsung antar pembeli dan penjual tentang bentuk produk akhir - Brand name (nama jenis produk) sangat penting. - Garansi juga penting. - Pembungkusan penting
3. Penetapan harga	<ul style="list-style-type: none"> - Berorientasi pada permintaan. Permintaannya cenderung elastis - Tujuan ganda (beberapa tujuan)
4. Promosi	<ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan pramuniaga untuk menjadi perantara penjualan dari pintu ke - pintu. - Periklanan.
5. Distribusi	<ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan perantara umumnya. - Alat transport untuk pengiriman ditentukan oleh faktor waktu dan biaya.

10. Membuat Kontrak Dengan Mitra Kerja

Kerjasama dengan mitra kerja (KUD, Perbankan, Swasta, BUMN dan lain-lain) harus dituangkan dalam bentuk kontrak.

Kontrak tersebut dibuat dalam bentuk tertulis dengan mencantumkan kejelasan resiko, laba, rugi, kepastian minimum pendapatan, jaminan kepastian lahan (tidak digusur dan lain-lain).

000000000	
-----------	--