

Rencana Aksi Peningkatan Produksi dan Akses Pasar Produk Susu Organik

Action Plan To Increasing Production And Market Access Of Organic Milk Products



Andri Hanindyo Wibowo, S.Pt, M.Si

Analisis Pasar Hasil Pertanian Ahli Muda/Koord. Pemasaran
Direktorat Pengolahan dan Pemasaran Hasil Peternakan
Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan

Ekonomi dan pembangunan Indonesia sebagian besar didasarkan pada pembangunan pertanian, hal ini adalah salah satu strategi Pemerintah untuk meningkatkan kekayaan ekonomi, kesejahteraan, standar hidup, kemerdekaan dan kemandirian. Produksi susu sapi nasional saat ini hanya memenuhi sekitar 22% dari permintaan nasional, membuat negara sangat tergantung pada impor. Selain itu, pertumbuhan populasi yang cepat menempatkan negara ini di bawah tekanan besar untuk memenuhi permintaan susu sapi domestik.

Produksi susu sapi domestik masih didasarkan pada peternakan skala kecil dengan kapasitas yang sangat rendah, produksi yang rendah, sumber daya yang terbatas dan kondisi kerangka kerja yang sering dibatasi, seperti akses terhadap lahan dan pakan, akses ke pengumpulan susu sapi dan kurangnya infrastruktur rantai dingin, kondisi kebersihan yang buruk, dll. Ambisi Pemerintah saat ini adalah untuk mempromosikan pembangunan berkelanjutan sektor susu sapi untuk berkontribusi pada peningkatan keamanan pangan dan keamanan, serta status gizi penduduk.

Pada tahun 2013, pemerintah Indonesia meluncurkan Rencana Pembangunan Pertanian Jangka Panjang (RPJP) pertamanya, "Strategi Besar Pengembangan

Indonesia's economy and development is largely based on agricultural development, this is one of the Government's strategies to increase economic wealth, welfare, standard of living, sovereign and independence. National cow's milk production currently only fulfills around 22% of national demand, making the country highly dependent on imports. In addition, rapid population growth is placing the country under immense pressure to meet domestic demand for cow's milk.

Domestic cow's milk production is still based on small-scale farming with very low capacity, low production, limited resources and often constrained framework conditions, such as access to land and feed, access to collection of cow's milk and lack of cold chain infrastructure, poor hygiene conditions, etc. The Government's current ambition is to promote the sustainable development of the cow's milk sector to contribute to improving food security and safety, as well as the nutritional status of the population.

In 2013, the Indonesian government launched its first Long Term Agricultural Development Plan, the "Grand Strategy for Agricultural Development 2013-2045", which aims to promote sustainable agro-industry. Implementation of the Long Term Agricultural Development Plan is now ready

Pertanian 2013-2045", yang bertujuan untuk mempromosikan agroindustri yang berkelanjutan. Implementasi RPJP sekarang sudah siap untuk fase ketiga 2020-2025, di mana pemerintah Indonesia berkomitmen untuk mengembangkan sektor susu sapi organik.

Indonesia mengalami peningkatan permintaan konsumen untuk produk susu sapi organik. Pertumbuhan pasar organik secara keseluruhan di Indonesia adalah 15-20% per tahun. Konsumen, terutama di kota-kota yang paling maju, mencari produk makanan alternatif dan lebih sehat untuk melengkapi kebutuhan gizi mereka. Ada potensi pasar yang sangat besar di Indonesia yaitu di Pulau Bali dan juga Pasar Ekspor di Negara tetangga seperti Singapura.

Saat ini tidak ada produksi susu sapi organik lokal di Indonesia, hal ini disebabkan oleh kurangnya pengetahuan petani untuk memproduksi dan mendapatkan akses pasar susu sapi organik. Peternak saat ini dirasakan belum memiliki kelembagaan petani yang optimal; kesempatan pelatihan terbatas dan tidak tersedianya informasi akses pasar yang mudah diakses. Namun, disisi lain anggota koperasi petani telah menunjukkan komitmen tinggi dalam mengembangkan praktik pertanian susu sapi organik, karena Sebagian peternak telah mengerti manfaat dari konversi ke model peternakan organik.

Sehubungan dengan uraian di atas, sebuah rencana aksi telah disusun dalam pelatihan manajemen perubahan organisasi (Organisation Change Management) di Copenhagen, Denmark tanggal 6-24 Maret 2023 sebagai salah satu upaya penerapan teori dan model perubahan organisasi yang telah dipelajari selama pelatihan tersebut. Rencana aksi ini merupakan salah satu kertas kerja dari rangkaian kegiatan pelatihan yang diikuti 23 orang peserta dari 10 Negara ini, dilaksanakan oleh Danida Fellowship Centre bekerja sama dengan Lembaga konsultan Tana di Copenhagen.

Dalam penyusunan rencana aksi ini telah mendapatkan bimbingan dari mentor yang sekaligus dapat menjadi acuan percepatan pelaksanaan peningkatan akses pasar produk organik Indonesia

for the third phase 2020-2025, in which the Indonesian government commits to develop the organic cow's milk sector.

Consumer demand for organic cow's milk products in Indonesia is increasing. Overall organic market growth in Indonesia is 15-20% per year. Consumers, especially in the developed cities, are looking for alternative and healthier food products to complement their nutritional needs. There is a huge market potential in Indonesia, on the Bali's island and also the export market in neighboring countries such as Singapore.

Currently there is no local organic cow's milk production in Indonesia, this is due to the lack of knowledge of farmers to produce and gain market access to organic cow's milk. It is felt that farmers currently do not have optimal farmer institutions; limited training opportunities and unavailability of easily accessible market access information. However, on the other hand the members of the farmer's cooperative have shown a high commitment in developing organic cow's milk farming practices, because some farmers have understood the benefits of converting to an organic farming model.

In relation to the description above, an action plan has been prepared in the Organizational Change Management training in Copenhagen, Denmark on 6-24 March 2023 as an effort to apply the theories and models of organizational change that have been learned during the training. This action plan is one of the working papers from a series of training activities attended by 23 participants from 10 countries, carried out by the Danida Fellowship Center in collaboration with the Tana consulting firm in Copenhagen.

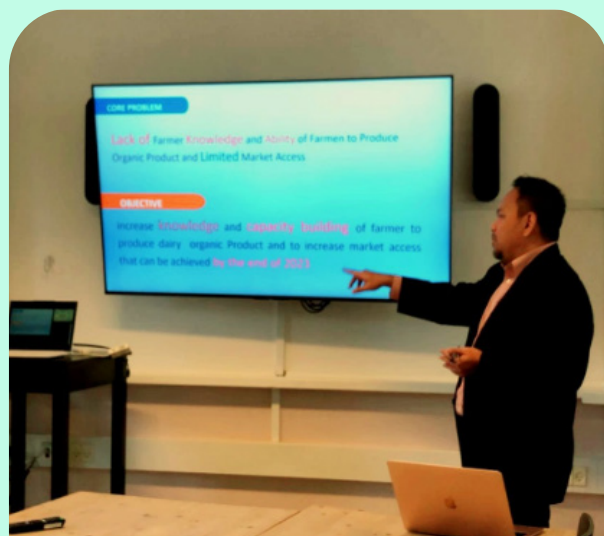
In preparing this action plan, guidance has been received from mentors who can also serve as a reference for accelerating the implementation of increasing market access for Indonesian organic products to world markets. This action plan is also one of the actions of the collaboration between Indonesia and Denmark for the development of organic cow's milk in Indonesia. Within the

ke pasar Dunia. Rencana aksi ini juga merupakan salah satu aksi dari Kerjasama antara Indonesia dan Denmark untuk pengembangan susu sapi organik di Indonesia. Dalam kerangka Kerjasama tersebut, dukungan dari Kementerian Pertanian, Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan telah membentuk Tim Champion untuk mendukung implementasi rencana aksi, terutama bertanggung jawab atas lisensi ekspor produk organik yang dilakukan bersama dengan mitra NGO, Bina Swadaya Foundation yang bertanggung jawab dalam implementasi kegiatan proyek sehari-hari di Indonesia terkait dengan pertukaran dan transfer pengetahuan, memfasilitasi pertanian demonstrasi organik, pengembangan kapasitas petani kecil, sebagai kelompok sasaran.

■ Analisa Masalah dan Peta Perubahan

Berdasarkan analisis pohon masalah, sebagai sumber masalah yaitu keterbatasan pengetahuan dan kapasitas peternak serta terbatasnya akses market di tingkat peternak dan sebagai penyebab masalah tersebut adalah masih belum optimalnya peran koperasi, kemampuan peternak, dan keterbatasan akses informasi pemasaran dan promosi.

Sumber permasalahan tersebut jika tidak diberikan solusi maka akan menyebabkan tidak terpenuhinya persyaratan standar produk susu sapi organik, turunnya produksi susu sapi sehingga akan meningkatkan impor susu sapi, turunnya pendapatan dan kesejahteraan peternak.



framework of this collaboration, support from the Ministry of Agriculture, Directorate General of Livestock and Animal Health Services has formed a Champion Team to support the implementation of the action plan, especially responsible for organic product export licenses carried out together with NGO partners, Bina Swadaya Foundation which is responsible for implementing activities daily projects in Indonesia related to exchange and transfer of knowledge, facilitating organic demonstration farming, capacity building of small farmers, as a target group.

■ Problem Analysis and Change Map

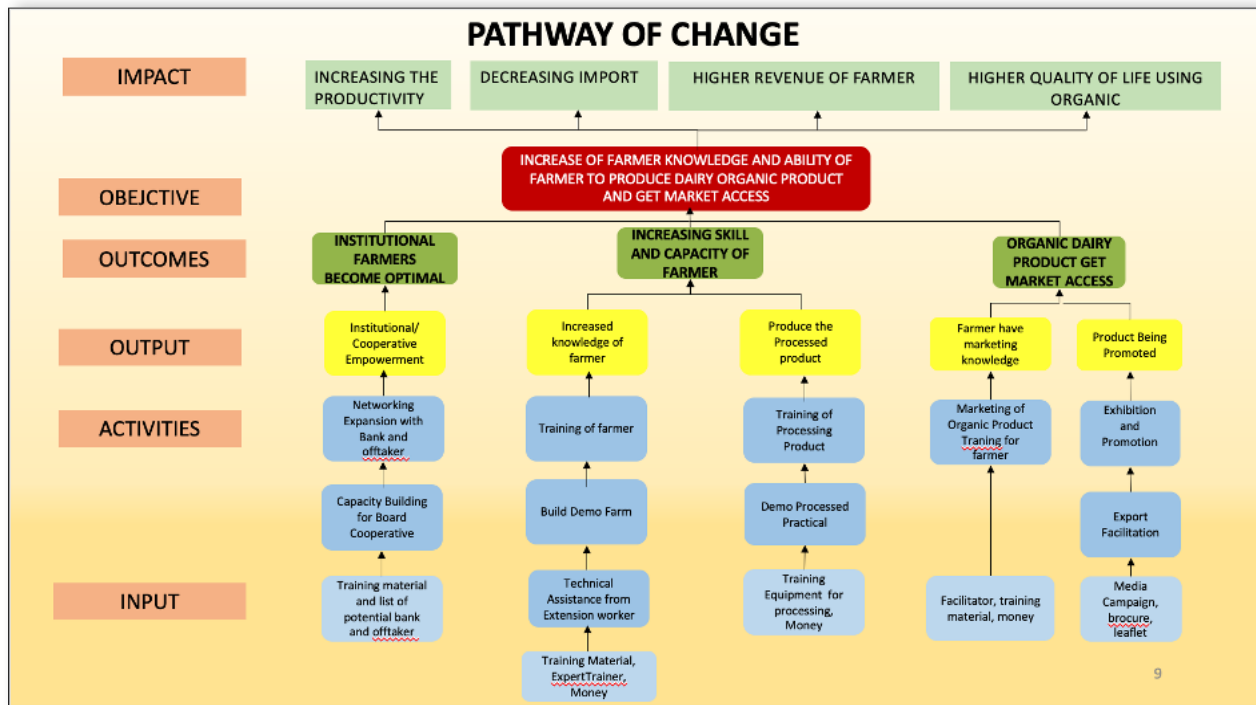
Based on the problem tree analysis, the source of the problem is the limited knowledge and capacity of the farmer and the limited access to the market at the farmer level and the causes of the problem are the still not optimal role of cooperatives, the ability of the farmer, and the limited access to marketing and promotion information .

If a solution is not provided for the source of the problem, it will lead to non-compliance with the standard requirements for organic cow's milk products, a decrease in cow's milk production which will increase imports of cow's milk, a decrease in income and welfare of farmers.

After finding the source of the problem, to answer the problem we can set objective goals by adopting the source of the problem, namely increasing the knowledge and capacity of farmers including in terms of market access for organic products.

In detail the outcomes, outputs and activities to be planned as well as the impact of achieving the objective goals can be seen in detail in the Figure 2.

From the chart of the pathway of change above, it can be seen that in order to achieve an increase in the knowledge and ability of farmers in producing organic products and gaining market access, several activities are needed whose outputs and outcomes will achieve the program's goals and



Gambar 2.. Pathway of Change

Setelah ditemukan sumber masalah, untuk menjawab masalah tersebut kita dapat menetapkan sasaran objektif dengan cara mengadopsi sumber masalah tersebut, yaitu Peningkatan pengetahuan dan kapasitas kemampuan peternak termasuk dalam hal akses pasar produk organik.

Secara rinci untuk outcome, output, dan kegiatan yang akan direncanakan serta impact dari tercapainya sasaran objektif dapat dilihat secara rinci pada Gambar 2.. Dari gambar bagan jalur perubahan di atas, dapat dilihat bahwa untuk tercapainya peningkatan pengetahuan dan kemampuan peternak dalam memproduksi produk organik serta mendapatkan akses pasar, maka diperlukan beberapa kegiatan yang nantinya output dan outcome nya dapat mencapai sasaran dan tujuan program.

Kegiatan terbagi 3 (tiga) target yaitu sebagai berikut :

- 1. Optimalisasi pemberdayaan Kelembagaan Peternak (Koperasi).** Kegiatan yang dilakukan antara lain adalah dengan memperluas jaringan, khususnya dengan perbankan dan offtaker produk, selain itu akan dilakukan pelatihan bagi para pengurus koperasi.
- 2. Peningkatan kapasitas dan keterampilan peternak.** Dalam melakukan peningkatan

objectives.

Activities are divided into 3 (three) targets, namely as follows:

- 1. Optimizing the empowerment of Animal Husbandry Institutions (Cooperatives).** The activities carried out include expanding the network, especially with banking and product offtakers, besides that training will be carried out for cooperative administrators.
- 2. Increasing the capacity and skills of farmers.** In increasing the capacity and skills of farmers, it is carried out in 2 stages, the first is by increasing the knowledge of farmers, one of which is by establishing a demo farm as a place for training directly by farmers with assistance from assistants. The second stage, conducting training on processing organic cow's milk products by directly practicing processing with equipment owned by farmers.
- 3. Market access for organic products.** This stage is carried out by providing training for farmers in terms of knowledge related to marketing including facilitation to accelerate exports, as well as by facilitating promotional

kapasitas dan keterampilan peternak, dilakukan dengan 2 tahap, pertama adalah dengan meningkatkan pengetahuan peternak, salah satu nya dengan mendirikan demo farm sebagai tempat pelatihan secara langsung oleh peternak dengan dilakukan pendampingan dari tenaga pendamping. Tahap kedua, melakukan pelatihan pengolahan produk susu sapi organik dengan melakukan praktik secara langsung melakukan pengolahan dengan peralatan yang dimiliki peternak.

3. **Market akses produk organik.** Dalam tahapan ini dilakukan dengan memberikan pelatihan bagi peternak dalam hal pengetahuan terkait pemasaran termasuk fasilitasi untuk mendorong percepatan ekspor, serta dengan memfasilitasi kegiatan promosi produk susu sapi organik serta olahannya melalui berbagai ajang promosi dan pameran hingga acara bisnis matching dengan calon buyer potensial.

Inti dari keseluruhan kegiatan adalah bentuk pelatihan dan pemberdayaan peternak, oleh karena itu salah satu kunci penting untuk suksesnya program ini adalah human factor, yaitu bagaimana membuat peternak berperan aktif dalam pelatihan dan melakukan perubahan-perubahan yang diperlukan untuk memproduksi susu sapi organik dan memproduksi produk turunan yang bernilai tambah tinggi. Salah satu Teknik secara ilmu psikologi perubahan yaitu dengan membuat suasana yang dekat dengan para peternak dengan sering melakukan duduk dan diskusi bersama dalam suasana kekeluargaan dengan mengusung nilai-nilai yang perlu disepakati oleh semua pihak seperti partisipatif, keterbukaan, saling berbagi pengetahuan dan informasi di antara pada peternak.

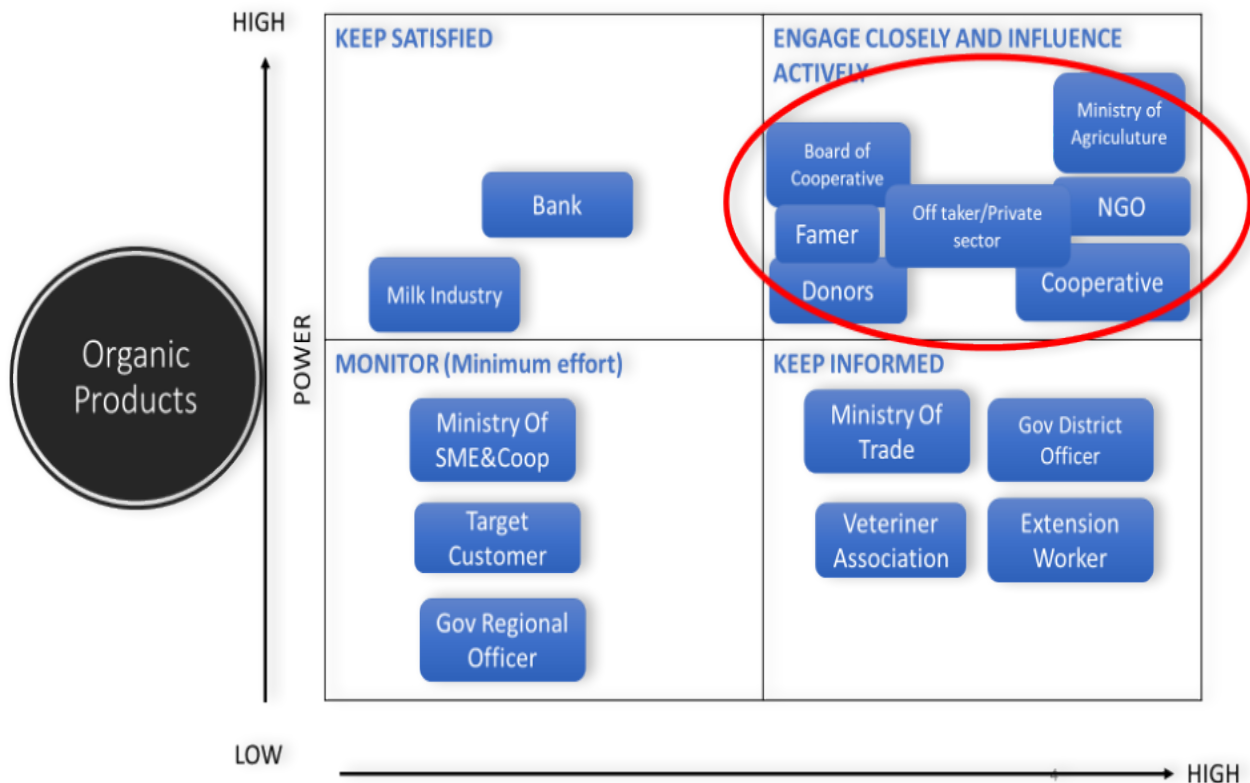
Dalam melakukan semua kegiatan di atas, Pemerintah maupun NGO pelaksana tidak dapat berjalan sendiri, berbagai pemangku kepentingan sangat berperan dalam pencapaian target sasaran. Analisis stakeholder dapat dilakukan dengan cara mengidentifikasi siapa saja stakeholder terkait dan melakukan pemetaan terkait dengan peran dan fungsi dalam pencapaian target saran, sebagaimana dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:

activities for organic cow's milk products and their processed products through various promotional events and exhibitions to business matching events with potential buyers.

The essence of the whole activity is a form of training and empowerment of farmers, therefore one of the important keys to the success of this program is the human factor, namely how to make farmers play an active role in training and make the necessary changes to produce organic cow's milk and produce derivative products that high added value. One of the techniques in the psychology of change is to create an atmosphere that is close to the farmers by often sitting and discussing together in a family atmosphere by carrying out values that need to be agreed upon by all parties such as participation, openness, sharing of knowledge and information among farmer.

In carrying out all of the above activities, the Government and implementing NGOs cannot work alone, various stakeholders play a very important role in achieving the targets. Stakeholder analysis can be carried out by identifying who are the relevant stakeholders and mapping related roles and functions in achieving the target suggestions, as can be seen in the following figure:





Dari gambar di atas dapat dilihat dalam matrik bahwa stakeholder yang paling berpengaruh dalam kegiatan yaitu peternak, pengurus koperasi, kementerian pertanian, penyandang dana, NGO pelaksana dan pihak swasta/offtaker, oleh karena itu stakeholder tersebut harus secara intens dilibatkan perannya serta dilakukan komunikasi dalam hal pencapaian target. Sementara untuk stakeholder lain seperti perbankan, industri susu sapi, kementerian dan Lembaga lain, pemerintah daerah tetap diperhatikan dan dilakukan koordinasi dan komunikasi agar pencapaian target lebih efektif.

Melalui rencana aksi kegiatan-kegiatan tersebut diatas, tentunya telah ditetapkan berbagai indikator pada setiap rencana kegiatan termasuk dengan asumsi-asumsi yang mungkin akan dapat mempengaruhi hasil kegiatan, sehingga tentunya dapat dilakukan monitoring dan evaluasi selama pelaksanaan rencana aksi, karena proses monitoring dan evaluasi merupakan salah satu tahapan penting dalam manajemen dengan harapan proyek yang dilakukan efisien dan efektif dalam mencapai tujuan dan sasaran.(ahw)

From the picture above it can be seen in the matrix that the most influential stakeholders in the activity are farmers, cooperative administrators, the ministry of agriculture, funders, implementing NGOs and private parties/offtakers, therefore these stakeholders must be intensely involved in their role and communicate in terms of target achievement. Meanwhile for other stakeholders such as banking, the cow's milk industry, ministries and other institutions, regional governments are still being paid attention to and coordination and communication are carried out so that target achievement is more effective.

Through the action plans for the activities mentioned above, of course, various indicators have been determined for each activity plan including assumptions that might affect the results of the activities, so of course monitoring and evaluation can be carried out during the implementation of the action plan, because the monitoring and evaluation process is one of the an important stage in management with the hope that projects are carried out efficiently and effectively in achieving goals and objectives.(ahw/tr-r)