

Kajian Pengembangan Agribisnis di Desa Suntenjaya Kecamatan Lembang

Agribusiness Development Study in Suntenjaya Village Lembang District

¹Abdullah Siregar, ²Ivan Chofyan

^{1,2}Prodi Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Islam Bandung,

Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116

email: dullah.siregar@gmail.com, chofyanivan@gmail.com

Abstrak: Suntenjaya Village in Lembang District is a strategic agribusiness area that has been planned in the West Bandung Regency RTRW in 2009-2029. The huge potential of agriculture and animal husbandry in Suntenjaya Village gives the village the opportunity to produce horticultural vegetables and dairy cow milk products, but there are still problems faced in the agribusiness system in Suntenjaya Village. The marketing process is still dependent on the dealer / middleman, superior commodities that have not been processed optimally and agribusiness institutions that have not been running properly. In this study will discuss the agribusiness subsystem, namely marketing. The process of supply chain marketing of agricultural products in the village of Suntenjaya is very diverse starting from a farmer directly marketing his own harvest, there is also a marketing through farmer groups formed from farmers, then for small farmers still depend on the dealer / middleman to market their crops . While the supply chain process in dairy farms all milk is sold through breeders cooperatives, namely KPSBU (North Bandung Cow Farmers Cooperative). It is necessary to carry out the formulation of strategies to develop agrarianist systems in Suntenjaya Village in order to obtain optimal results and be able to improve the economy of the community

Keywords: agribusiness, facilities and infrastructure, supply chain.

Abstract: Desa Suntenjaya yang berada di Kecamatan Lembang merupakan kawasan strategis agribisnis yang telah rencanakan di RTRW Kabupaten Bandung Barat tahun 2009-2029. Potensi pertanian dan peternakan di Desa Suntenjaya yang sangat besar memberikan peluang desa ini memproduksi sayuran hortikultura dan produk susu sapi perah, akan tetapi masih terdapat masalah yang dihadapi pada system agribisnis pada Desa Suntenjaya. Proses pemasaran yang masih bergantung pada bandar/tengkulak, komoditas unggulan yang belum diolah secara optimal dan kelembagaan agribisnis yang belum berjalan dengan semestinya. Pada penelitian ini akan membahas mengenai subsistem agribisnis yaitu pemasaran. Proses rantai pasok pemasaran hasil pertanian di Desa Suntenjaya sangat beragam mulai dari seorang petani langsung memasarkan sendiri hasil panennya ada juga yang memasarka lewat kelompok tani yang terbentuk dari petani-petani, kemudian bagi petani-petani kecil masih bergantung pada bandar/tengkulak untuk memasarkan hasil panennya. Sedangkan proses rantai pasok pada peternakan sapi perah semua susu dijual lewat koperasi peternak yaitu KPSBU (Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara).. Perlu dilakukannya penyusunan strategi-strategi untuk mengembangkan system agribinis di Desa Suntenjaya agar dapat hasil yang optimal dan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat.

Kata Kunci: agribisnis, sarana dan prasarana, rantai pasok.

A. Pendahuluan

Kecamatan Lembang merupakan dataran tinggi yang tanahnya memiliki kesuburan tinggi dan cocok untuk budidaya tanaman sayur-sayuran dan buah-buahan. Kecamatan Lembang merupakan kawasan penghasil bahan pangan mulai dari sayur-sayuran, buah buahan dan hasil peternakan. Keadaan ini menjadikan Kecamatan Lembang memiliki peran

yang sangat besar dalam memenuhi pangan masyarakat Indonesia sampai luar negeri. Kecamatan Lembang yang terletak di timur Kabupaten Bandung Barat memiliki ketinggian rata-rata di atas 1000 mdpl, hal ini menjadikan Kecamatan Lembang cocok untuk dijadikan kawasan budidaya tanaman sayur-sayuran dan buah-buahan dan tempat wisata. Salah satu desa di Kecamatan Lembang merupakan desa

penghasil pangan yaitu Desa Suntenjaya yang terletak di timur Kecamatan Lembang. Desa ini memiliki beberapa komoditas pertanian dan peternakan. Pada sektor pertaniannya desa ini banyak menghasilkan tanaman-tanaman sayur-sayuran seperti buncis bebi, bayam, kubis, cabai, daun kol dan lain-lain. Pada sektor peternakan terdapat sapi perah yang diolah menjadi susu dan beberapa makanan hasil olahan susu.

Desa Suntenjaya termasuk dalam kawasan agribisnis yang mana sektor pertanian menjadi kegiatan usaha dalam keseharian masyarakat, akan tetapi dalam sistem agribisnis terdapat 5 komponen penunjang agar kegiatan pertanian dapat beroperasi secara optimal yaitu: Agroindustri hulu, Usaha tani, pengolahan, pemasaran dan layanan pendukung, yang mana semua komponen ini perlu adanya integrasi dimulai dari kegiatan agribisnis hulu hingga ke agribisnis hilir. Masyarakat Desa Suntenjaya mata pencaharian masyarakat pada sektor pertanian tercatat tahun 2017 sebanyak 2.876 jiwa, 34% dari jumlah penduduk keseluruhan 8403 jiwa, oleh karena itu masyarakat pada umumnya bergantung pada sektor pertanian. Akan tetapi masih ada masalah yang terjadi pada sistem agribisnis yaitu pada kegiatan hilir (pengolahan dan pemasaran) dan layanan pendukung, dua hal ini sangat penting dalam menjalankan kegiatan agribisnis.

Dalam praktek penjualan hasil pertanian masih banyak dilakukan dengan perantara tengkulak hingga hasil pertanian sampai pada konsumen. Akibatnya harga produksi pertanian tidak maksimal. Banyak kendala yang di alami petani menjadikan mereka masih harus bergantung pada tengkulak dalam memasarkan hasil pertanian mereka, salah satunya tidak adanya penunjang logistik dalam pemasaran

hasil pertanian seperti transportasi, pasar tujuan hingga pengetahuan dalam hal pemasaran. Agen-agen di kampung bisa dua hingga tiga orang, baru masuk ke agen kecamatan, terus agen yang datang dari kota/kabupaten. Mereka akan mengambil untung masing-masing. Harga pun jadi mahal ketika sampai di pasar. Sampai sekarang ini praktek-praktek yang masih terus berjalan, di kebanyakan daerah praktek seperti ini belum berhasil untuk membuat tengkulak ini berhenti dari praktek pengambilan keuntungan yang besar dari hasil pertanian para petani, agar petani bisa sejahtera. Pemasaran hasil pertanian yang banyak dikuasai tengkulak sebenarnya tidak hanya terjadi di Desa Suntenjaya saja, bahkan di sejumlah daerah di Indonesia praktek-praktek seperti ini banyak terjadi. Karena jika sistem kontrak seperti yang dipraktekkan tengkulak selama ini, maka akan sulit bagi petani untuk sejahtera.

Demi tercapainya kesejahteraan petani dan peternak perlu dilakukan identifikasi masalah-masalah yang dihadapi oleh para petani dan peternak dalam pemasaran hasil pertanian dan peternakan dan mendapat dukungan dari lembaga yang bergerak di bidang pertanian maupun peternakan. Dibutuhkan adanya inovasi dan penamabahan ilmu pengetahuan kepada petani dan peternak mengenai strategi dalam pemasaran hasil pertanian tanpa harus bergantung pada tengkulak. Dengan perkembangan teknologi yang sekarang banyak cara-cara kreatif yang dapat dilakukan oleh petani untuk dapat mandiri mulai dari menanam hingga pemasaran hasil pertanian.

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi mekanisme pemasaran hasil pertanian dan peternakan di Desa Suntenjaya

Kecamatan Lembang

B. Landasan Teori

Koperasi Agribisnis

Pelaku dunia usaha terdiri dari badan usaha milik negara (BUMN), swasta, dan koperasi. Swasta bias koperasi dan non koperasi. Sedangkan koperasi terdiri dari koperasi besar dan kecil. Dan non koperasi biasanya merupakan mayoritas yang terdiri dari pengusaha kecil, baik di subsektor agribisnis usahatani maupun subsektor agribisnis non usahatani (hulu dan hilir), namun keduanya sangat menunjang untuk mengembangkan agribisnis.

Untuk mengembangkan usaha agribisnis skala kecil perlu dibentuk koperasi. Tanpa koperasi tidak mungkin agribisnis kecil dapat berkembang dan bersaing, koperasi inilah yang nantinya akan berhubungan dengan pengusaha besar. Salah satu mekanisme yang dapat diandalkan agar manfaat pembangunan agribisnis dapat dinikmati oleh masyarakat perdesaan adalah mengembangkan organisasi bisnis petani berupa pengembangan koperasi agribisnis.

Faktor yang sering ditemui dan memperlemah posisi tawar usaha kecil adalah lemahnya kerja sama antara mereka untuk menghimpun energi Bersama dalam membangun kekuatannya. Di satu pihak, apabila kita hendak mengembangkan usaha agribisnis skala kecil maka itu jelas berbasis pertanian dan perdesaan. Selama ini satu-satunya wadah organisasi formal yang menggalang dan menghimpun energi untuk kekuatan dibidang ekonomi dan sosial di perdesaan adalah koperasi unit desa (KUD). Secara administrative, paling tinggi wilayah kerja dan lingkup bisnis KUD adalah kecamatan.

Umumnya koperasi pertanian dalam negeri sudah lama dibina. Namun lebih banyak koperasi primernya dan biasanya hanya ada di tingkat kecamatan. Oleh karena itu, koperasi tidak mungkin berkembang apabila hanya dikembangkan pada tingkat kecamatan saja. Makanya perlu dikembangkan koperasi skunder pada setiap tingkatan mulai dari kabupaten, provinsi sampai nasional.

Dalam rangka meningkatkan produksi dan kehidupan rakyat di daerah pedesaan, pemerintah menganjurkan pembentukan koperasi pertanian berupa Koperasi Unit Desa (KUD). Yang menjadi anggota KUD adalah orang-orang yang bertempat tinggal atau menjalankan usahanya di wilayah unit desa yang merupakan daerah kerja KUD. Karena kebutuhan mereka beragam macam, maka KUD sebagai pusat pelayanan dalam kegiatan perekonomian pedesaan memiliki dan melaksanakan fungsi:

1. Perkreditan untuk keperluan produksi dan penyediaan kebutuhan modal investasi dan modal kerja/usaha bagi anggota KUD dan warga desa umumnya.
2. Penyediaan dan penyaluran sarana-sarana produksi, seperti sarana sebelum dan sesudah panen, sarana untuk keperluan industri/diversifikasi produk, dan penyediaan dan penyaluran barang-barang keperluan sehari-hari khususnya 9 bahan pokok dan jasa-jasa lainnya.
3. Pengolahan dan pemasaran hasil produksi/industri dari para anggota KUD dan warga desa umumnya.
4. Kegiatan perekonomian lainnya seperti perdagangan, pengangkutan dan sebagainya.
5. Dalam melaksanakan tugasnya, KUD harus benar-benar mementingkan pemberian

pelayanan kepada anggota dan masyarakat, dan menghindarkan kegiatan yang menyaingi anggota sendiri.

Sebagai urat nadi perekonomian, KUD / Koperasi Pertanian dan Koperasi pada umumnya selalu bertindak untuk melindungi mereka (petani) atau produsen yang ekonominya lemah, yang menjadi anggota koperasinya. Sehingga Koperasi Pertanian akan bermanfaat bagi petani antara lain:

1. Pemasaran hasil produksi para anggota dengan harga jual yang lebih tinggi dan atau lebih stabil.
2. Penyedia input untuk para anggota dengan harga beli yang lebih rendah dan atau lebih stabil.
3. Pengadaan kebutuhan konsumsi dengan harga yang lebih murah dan stabil

Strategi Manajemen Sistem Agribisnis

Kinerja usahatani sangat ditentukan oleh kinerja atau keberadaan dan relasi sinergis dari elemen-elemen sistem agribisnis di dalam mana usahatani tersebut menjadi elemen-elemen inti maka strategi yang tepat untuk menumbuh kembangkannya ialah dengan mengelolanya sebagai bagian integral dari pengelolaan sistem agribisnis tersebut. Strategi disebut Manajemen Sistem Agribisnis (*agribusiness System Management=ASM*). Prof. Bungaran Saragih menyebut strategi tersebut sebagai Membangun Usaha dan Sistem Agribisnis.

Dalam agribisnis pola industrial, setiap perusahaan agribisnis tidak lagi berdiri sendiri atau bergabung dalam asosiasi horizontal, tetapi memadukan diri dengan perusahaan-perusahaan lain yang bergerak dalam seluruh bidang usaha yang ada pada satu alur produk vertikal (dari hulu hingga ke hilir)

dalam satu kelompok usaha yang selanjutnya disebut sebagai Unit Agribisnis Industrial (UAI).

Adapun karakter utama dari Unit Agribisnis Industrial adalah sebagai berikut :

- a. Lengkap secara fungsional (seluruh fungsi yang diperlukan dalam menghasilkan, mengolah, dan memasarkan produk pertanian hingga ke konsumen akhir (alur produk vertikal dapat dipenuhi).
- b. Ikatan langsung secara institusional (hubungan diantara seluruh komponen atau anggota terjalin langsung melalui ikatan institusional/non pasar).
- c. Satu kesatuan hidup (kelangsungan hidup dan perkembangan setiap komponen atau anggota saling tergantung satu sama lain)
- d. Kooperatif (setiap komponen atau anggota saling tergantung satu sama lain)
- e. Satu kesatuan tindak (seluruh komponen atau anggota melaksanakan fungsinya secara harmonis dan dalam satu kesatuan tindak).
- f. Indikator kemampuan akhir (*performance*) yang harus dipenuhi ialah :
- g. Mampu menyesuaikan dan menjamin kualitas (mutu) produk pertanian yang dipasarkan seperti spesifikasi karakteristik yang di inginkan oleh konsumen akhir (*quality assurance*).
- h. Mampu mengadopsi teknologi paling mutakhir pada seluruh fungsi (proses)

transformasi produk pada alur vertikal, mulai dari usahatani hingga industri pengolahan (modernisasi).

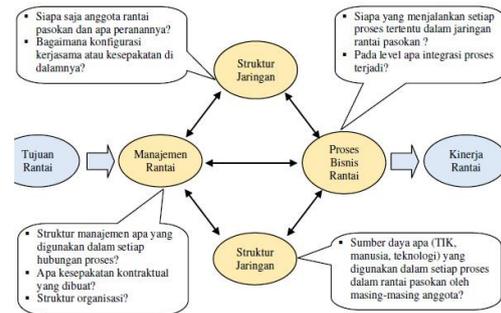
- i. Mampu tumbuh berkembang secara berkelanjutan atas kemampuan sendiri (kemandirian progresif).
- j. Mampu mengantisipasi, mengabsorbsi, dan menyesuaikan diri terhadap kunjungan ekonomi (tangguh).
- k. Mampu menghadapi persaingan yang ketat di pasar dunia (memiliki keunggulan kompetitif).

C. Hasil Penelitian

Analisis Rantai Pasok Pertanian dan Peternakan

Dalam penelitian ini menggunakan analisis penelitian deskriptif kualitatif dengan tujuan untuk mengungkapkan kejadian atau fakta, keadaan, fenomena, variabel dan keadaan yang terjadi saat penelitian berlangsung dengan menyuguhkan apa yang sebenarnya terjadi mengenai mekanisme pemasaran hasil pertanian dan peternakan di Desa Suntenjaya Kecamatan Lembang.

Mekanisme rantai pemasaran hasil produksi pertanian di Desa Suntenjaya Kecamatan Lembang dianalisis secara deskriptif dengan mengikuti kerangka kerja pengembangan rantai pasokan yang diadaptasi oleh Van der Vorst (2006) dari Lambert dan Cooper (2000). Dengan pendekatan ini terdapat empat elemen yang dapat digunakan untuk mendeskripsikan dan menganalisis rantai pasokan, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada **Gambar 1** sebagai berikut.



Gambar 1. Kerangka Kerja Pengembangan Rantai/Jaringan Pasokan (Diadaptasi Dari Lambert Dan Cooper 2000 Dalam Van Der Vors 2006).

Sumber: Skripsi Nailul Abror IPB, 2011

Analisis Rantai Pasok Pertanian

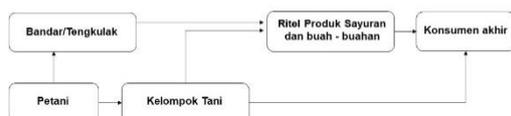
1. Struktur Rantai Pasok

Rantai pasok pemasaran hasil pertanian berbentuk jaringan. Anggota rantai pasok ini terdiri dari beberapa aktor mulai dari hulu pemasaran hingga sampai ke tangan konsumen. Berikut ada 2 jenis model jaringan rantai pasok pemasaran hasil pertanian seperti gambar di bawah ini.



Gambar 2. Bagan Jaringan Pemasaran Hasil Pertanian I

Proses pemasaran hasil pertanian dari bagan diatas dapat disimpulkan adanya kerjasama antara organisasi gabungan kelompok tani dengan petani mitra yang tergabung dengan gabungan kelompok tani panggupay dalam memasarkan hasil pertanian mereka. Selanjutnya diteruskan pada ritel atau pedagang dan juga dapat dipasarkan langsung ke tangan konsumen tanpa perantara.



Gambar 3. Bagan Jaringan Pemasaran Hasil Pertanian II

Perbedaan proses pemasaran pada bagan ini adalah adanya campur tangan bandar/tengkulak dalam proses pemasaran hingga sampai ke tangan konsumen, dikarenakan tidak adanya akomodasi petani dalam upaya pemasaran hasil panennya dan juga adanya kontrak antara petani dan bandar yang memberikan pinjaman modal bertani agar setelah panen harus dijual lewat bandar tersebut.

2. Proses Bisnis Rantai

Berikut proses bisnis rantai pemasaran hasil pertanian di Desa Suntenjaya:

- Petani memberikan hasil panen pada ketua kelompok tani untuk dipasarkan bagi petani yang tidak memiliki pasar sendiri.
- Organisasi kelompok tani menyortir hasil panen dan membungkus semua komoditi yang telah dipesan.
- Sistem distribusi barang dengan mengirimkannya kepada konsumen langsung dan juga ada konsumen yang menjemput ke gudang kelompok tani.

3. Menejemen Rantai

Berikut proses bisnis rantai pemasaran hasil pertanian di Desa Suntenjaya:

- Kerjasama dan pemilihan mitra antar pelaku rantai masih didasarkan pada kepercayaan
- Kelompok tani mengatur jenis komoditas yang di tanam petani pada waktu tertentu, agar tidak adanya

penumpukan pada satu komoditi tertentu.

- Ketua kelompok tani mencarikan pasar konsumen untuk hasil panen petani yang tergabung pada kelompok tani tersebut.
- Mengenai harga ditentukan oleh ketua kelompok tani berdasarkan harga pasar yang sedang berlaku.

4. Sumberdaya Rantai

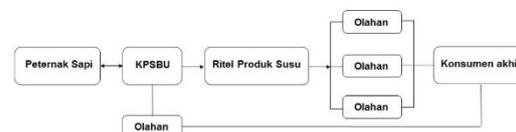
Sumber daya rantai pemasaran mulai dari alat dan manusia adalah sebagai berikut:

- Transpotasi roda 2
- Transportasi roda 4
- Seperangkat alat mengemas komodoti sayuran dan buah-buahan
- Karyawan mulai dari pengemas barang hingga pengantar barang ke tangan konsumen.

Analisis Rantai Pasok Pertanian

1. Struktur Rantai Pasok

Rantai pasok pemasaran susu sapi perah berbentuk jaringan. Anggota rantai pasok ini terdiri dari beberapa aktor mulai dari hulu pemasaran hingga sampai ke tangan konsumen. Berikut model jaringan rantai pasok pemasaran hasil susu sapi perah seperti gambar di bawah ini.



Gambar 4. Bagan Jaringan Pemasaran Hasil Peternakan Sapi Perah

Proses rantai pemasaran susu sapi perah mulai dari peternak hingga konsumen yaitu dimulai dari seorang peternak memberikan hasil perasan susu yang dilakukan 06.00 Wib dan 17.00 ke pihak KPSBU (Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara) yang

diangkut dengan mobil tangki. Semua susu yang dihasilkan oleh peternak harus disetorkan ke pihak KPSBU guna untuk diolah lebih lanjut. Tidak ada pengolahan yang dilakukan oleh masyarakat peternak sendiri. Proses pemasaran dilakukan oleh pihak KPSBU ke pengolah-pengolah susu yang akan diolah menjadi berbagai olahan seperti; susu murni, tahu susu, susu fermentasi dan lain-lain, yang kemudian akan dipasarkan ke konsumen akhir.

2. Proses Rantai Bisnis

Berikut proses bisnis rantai pemasaran hasil susu sapi di Desa Suntenjaya:

- a. Peternak sapi membetikan hasil perahan susu ke pihak KPSBU 2 kali sehari pada jam 06.00 dan 17.00 Wib.
- b. Pihak KPSBU mengolah susu mentah menjadi susu untuk diolah
- c. KPSBU memasarkan susu kepada pengolah-pengolah susu untuk di olah menjadi barang yang memiliki ekonomi tinggi
- d. Hasil olahan dipasarkan ke konsumen

3. Manajemen Rantai

Berikut manajemen rantai pemasaran hasil susu sapi di Desa Suntenjaya:

- a. Kerjasama antara peternak dan KPSBU untuk pemasaran susu perah
- b. KPSBU memasok pangan sapi untuk peternak.

4. Sumber Daya Rantai

Sumber daya rantai pemasaran mulai dari alat dan manusia adalah sebagai berikut:

- a. Mobil tangki roda 4
- b. Tps (tempat pemungutan susu)
- c. Karyawan penjemput susu ke TPS

Keberadaan KPSBU (Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara) menjadi wadah bagi seorang peternak sapi perah dalam proses pemasaran susu perahnya. Untuk saat ini harga yang diberikan KPSBU ke peternak RP. 5.000-6.000/liter. Kemitraan yang dijalin anatar KPSBU dan peternak adalah menampung susu dan memasok pakan sapi untuk para peternak. Untuk memberi nilai tambah pada susu sapi murni alangkah lebih baiknya para peternak desa tidak memberikan semua hasil perahan ke pihak KPSBU , tetapi menyisihkan untuk diolah oleh peternak-peternak setempat agar membuka lapangan kerja baru bagi masyarakat desa.

D. Kesimpulan

Hasil analisis rantai pasok pemasaran hasil komoditi pertanian memberikan solusi terbaik bagi petani yaitu agar setiap petani kecil tergabung kedalam kelompok tani. Kelompok tani menjadi wadah bagi petani-petani mitra ataupun petani-petani kecil untuk berkumpul dan berjalan berdampingan untuk proses usaha tani mereka. Kelompok tani juga dapat menjadi lembaga koperasi bersama yang mana akan memenuhi kebutuhan petani. Dibawah ini bagan jaringan pemasaran pertanian yang pendek sehingga memberikan keuntungan yang lebih bagi petani.



Gambar 4. Bagan Jaringan Pemasaran Hasil Pertanian Ideal

Dengan adanya kelompok tani yang dikelola secara swadaya dapat memberikan profit yang lebih besar dibandingkan dengan ketergantungan terhadap tengkulak/bandar.

Daftar Pustaka

- Asmarantaka, R.W, Atmakusuma, J, Muflikh, Y.N, & Rosiana N. (2017). Konsep pemasaran agribisnis : pendekatan ekonomi dan manajemen. *Jurnal agrbinis Indonesia*, 5, 143-146. Bogor.
- Anonim. 2010. Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat Nomor 2 Tahun 2012 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Bandung Barat Tahun 2009-2029.
- Batubara, Marli B. 2012. Koperasi Pertanian. Palembang : Faperta Universitas Muhammadiyah Palembang.
- Marimin, & Abror, Nailul. (2011). Kajian seleksi dan evaluasi pemasok pada rantai pasokan kertas. Department of Agroindustrial Technology, Faculty of Agricultural Technology. Bogor.
- Maryati, Sri. (2014). Peran bank pembiayaan rakyat syariah dalam pengembangan umkm dan agribisnis pedesaan di Sumatera Barat. *Journal of economic and economic education*, 3, 4-13. Padang.
- Nurmala Sari, P & Nurmalina, Rita (2012). Manajemen Rantai Pasok Pada Rantai Pasok Berjaring Beras Organic : Departemen Agribisnis Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor, 3-9. Bogor.
- Nuryaman, Hendar. (2018). Peran kelembagaan dalam pengembangan agribisnis Mendong. *Jurnal pemikiran masyarakat ilmiah berwawasan agribisnis*, 4, 215-216. Ciamis.+
- Pranadji, Tri. (2003). Reformasi kelembagaan dan kemandirian perekonomian pedesaan kajian pada kasus agribisnis padi sawah.
- Saragih, Bungaran. 2010. Agribisnis Paradigma Baru Pembangunan Ekonomi Berbasis Pertanian. Bogor : PT. Penerbit IPB Press.
- Sokartawi. (2007). E-agribisnis: teori dan aplikasinya. Seminar nasional aplikasi teknologi informasi, 19-22. Malang.