

Orange Book 2



Kewirausahaan dan Dayasaing Agribisnis

Tim Editor: Lukman M. Baga | Anna Fariyanti | Siti Jahroh

Kewirausahaan dan Daya saing Agribisnis

Tim Editor:

Lukman M. Baga

Anna Fariyanti

Siti Jahroh



Kewirausahaan dan Dayasaing Agribisnis

Tim Penulis

Tim Editor:

Lukman M. Baga

Anna Fariyanti

Siti Jahroh

Copyright © 2011 FEM IPB

Desain Cover : Hamid Jamaludin Muhrim
Azka Latifa ZA.

Lay Out : Sani Etyarsah
Andri Alamsyah

PT Penerbit IPB Press
Kampus IPB Taman Kencana Bogor

Cetakan Pertama : Juni 2010
Cetakan Kedua : Oktober 2011

Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan (KDT)

Hak cipta dilindungi oleh Undang-Undang
Dilarang memperbanyak buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit

ISBN: 978-979-493-258-2

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kehadiran Allah yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, karena Orange Book seri 2 dapat diterbitkan pada akhir rangkaian kegiatan Dies Natalis ke-9 Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor (FEM-IPB). Penerbitan Orange Book merupakan tradisi FEM IPB yang diterbitkan setahun sekali sebagai bagian dari rangkaian dies natalis fakultas. Orange Book merupakan kumpulan berbagai buah pemikiran dosen FEM-IPB untuk memberikan sumbangan terhadap permasalahan perekonomian Indonesia secara holistik dan komprehensif. Pemilihan nama orange terkait dengan warna bendera FEM-IPB.

Pada tahun 2010 acara Dies Natalis ke-9 ini mengusung tema *Strengthening Entrepreneurship to Enhance Competitiveness of Indonesian Agribusiness in Facing Free Trade Era* (Penguatan Kewirausahaan untuk Peningkatan Daya Saing Agribisnis Indonesia Menghadapi Era Pasar Terbuka). Oleh karena itu, Orange Book 2 ini diberi judul “Kewirausahaan dan Daya Saing Agribisnis”

Pada hakekatnya globalisasi pasar dunia tidak terhindarkan lagi. Oleh karenanya, setiap negara bersaing untuk menghasilkan produk-produknya yang berdayasaing di pasar internasional, tidak terkecuali produk-produk pertanian Indonesia. Strategi penguatan kewirausahaan dipandang sebagai upaya tepat bagi peningkatan daya saing produk dan sekaligus pengembangan agribisnis di Indonesia. Pengalaman di negara-negara lain, seperti di China dan Amerika Serikat, pengembangan kewirausahaan telah mendorong pertumbuhan ekonomi di negara-negara tersebut.

Upaya peningkatan daya saing agribisnis yang senantiasa menjadi acuan dalam dunia bisnis melampaui batas-batas negara. Oleh karenanya, untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saing agribisnis suatu negara diperlukan peran semua pihak dalam perbaikan prospek pasar dan pola perdagangan, prospek investasi, pengembangan sumberdaya manusia, pengembangan iklim usaha, serta kebijakan yang mendukung pengembangan agroindustri.



Tantangan dan masalah peningkatan daya saing agribisnis seperti dikemukakan di atas akan senantiasa hadir di bumi pertiwi. Oleh karenanya, topik tersebut akan senantiasa menyertai kita dalam mengembangkan pertanian dan agribisnis kini dan masa datang. Mudah-mudahan paper yang ditulis oleh rekan-rekan dosen Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB ini dapat dijadikan sebagai referensi awal bagi para pembaca dalam upaya pengembangan daya saing agribisnis Indonesia dalam menghadapi tantangan global.

Pada kesempatan ini, kami menyampaikan apresiasi dan ucapan terima kasih kepada seluruh Panitia Peringatan Dies Natalis ke-9 FEM IPB yang telah bekerja keras merencanakan, mengkoordinasikan, dan melaksanakan rangkaian kegiatan dies dengan sangat baik, hingga penerbitan Orange Book ini. Kepada Ketua Panitia Peringatan Dies Natalis ke-9 FEM, Saudara Ir. Lukman Mohammad Baga, MAEc kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Kami juga mengucapkan banyak terima kasih kepada para sponsor yang telah membantu kami dalam penyelenggaraan acara-acara Dies Natalis FEM dan penerbitan Orange Book ini.

Bogor, Juni 2010

Dekan Fakultas Ekonomi dan Manajemen

Institut Pertanian Bogor

Dr. Yusman Syaukat

INTISARI PEMIKIRAN

Penerbitan *Orange Book* merupakan tradisi Fakultas Ekonomi dan Manajemen (FEM), Institut Pertanian Bogor yang diterbitkan setahun sekali sebagai bagian dari rangkaian dies fakultas. *Orange Book* merupakan kumpulan berbagai buah pemikiran dosen FEM-IPB untuk memberikan sumbangan terhadap permasalahan perekonomian Indonesia secara holistik dan komprehensif. Pemilihan nama orange terkait dengan warna bendera FEM-IPB.

Orange Book 2 ini diterbitkan dalam rangka Dies Natalis ke-9 FEM IPB tahun 2010. Tema Dies ke-9 menjadi acuan dalam *Orange Book 2* ini, yaitu "Penguatan Kewirausahaan untuk Peningkatan Daya Saing Agribisnis Indonesia Menghadapi Era Pasar Terbuka (*Strengthening Entrepreneurship to Enhance Competitiveness of Indonesian Agribusiness in Facing Free Trade Era*)".

Sebagaimana dipahami bahwa pada tahun 2010, Indonesia bersama negara-negara ASEAN dan China memasuki era pasar terbuka. Sebagian pihak sangat menyayangkan keputusan pemerintah Indonesia pada waktu itu yang berani ikut meratifikasi era pasar terbuka dengan China, mengingat bahwa produk China terkenal murah sehingga dikhawatirkan produk-produk nasional tidak akan mampu menyainginya. Fakta menunjukkan bahwa pada beberapa sektor industri seperti tekstil menjadi terpukul dan berakhir pada meningkatnya jumlah pengangguran akibat PHK. Namun demikian, sebagian pihak lain tetap mendukung keputusan tersebut. Hanya saja sangat disayangkan persiapan yang dilakukan tidak maksimal dalam menghadapi tibanya tahun 2010.

Dilema ekonomi menghadapi pasar terbuka perlu dipecahkan secara serius dengan berupaya mengangkat produk-produk unggulan nasional yang secara basis sumber daya tidak dimiliki oleh negara-negara lain. Ternyata, Indonesia memiliki sangat banyak produk unggulan, terutama pada sektor pertanian. Indonesia yang dikenal sebagai negara *mega biodiversity* pada dasarnya memiliki keunggulan komparatif pada sumber daya berbagai produk pertanian ini. Sayangnya keunggulan tersebut belum menjelma menjadi keunggulan kompetitif yang mampu menjadi pemenang di era pasar terbuka, yang pada gilirannya mampu meningkatkan kesejahteraan bangsa Indonesia.



Salah satu *short cut* untuk mentransformasi keunggulan komparatif menjadi keunggulan kompetitif produk-produk pertanian Indonesia yaitu dengan menghadirkan ribuan *entrepreneurs*. Para *entrepreneurs* dengan kreativitas dan kemampuan inovasinya diharapkan dapat menjadi motor penggerak bangkitnya sektor pertanian menjadi suatu kekuatan mega sektor AGRIBISNIS. Peran *entrepreneurs* menjadi sangat penting dalam mengembangkan subsistem hulu dan hilir agribisnis yang selama ini kurang optimal dimanfaatkan. Dimana pada kedua subsistem inilah daya saing produk agribisnis Indonesia bisa lebih banyak berbicara di era pasar terbuka.

Secara umum buku ini dibagi menjadi tiga bagian, yaitu Kewirausahaan dalam Pembangunan Agribisnis dan Persaingan Global, Peningkatan Daya Saing Agribisnis dalam Menghadapi Tantangan Global, dan Beberapa Tinjauan Kasus untuk Meningkatkan Daya Saing Agribisnis.

Kewirausahaan dalam Pembangunan Agribisnis dan Persaingan Global

Era globalisasi tidak dapat dihindarkan dan menuntut setiap negara untuk bersaing dalam pasar global. Salah satu strategi untuk meningkatkan daya saing bangsa adalah melalui penguatan kewirausahaan. Pada buku ini, **Burhanuddin** membahas mengenai peranan kewirausahaan dalam pertumbuhan ekonomi. Kewirausahaan yang menekankan pada proses kreativitas, inovasi, dan teknologi telah mendorong pertumbuhan ekonomi di Amerika Serikat dan China. Dalam era persaingan yang semakin ketat dan mengglobal, kewirausahaan dapat menjadi alternatif yang penting bagi bangsa Indonesia untuk meningkatkan pertumbuhannya. Penelitian ke depan diharapkan menggunakan variabel-variabel aktivitas kewirausahaan melalui eksplorasi kegiatan-kegiatan inovasi dan kontribusinya pada pertumbuhan ekonomi nasional.

Dalam konteks pembangunan regional, **D. S. Priyarsono** menulis tentang relasi antara kewirausahaan dan pembangunan regional dengan menjabarkan unsur-unsur penting kewirausahaan yang dapat mendorong pembangunan regional. Dalam upaya pembangunan regional, terdapat beberapa kebijakan publik yang diperlukan dalam pengembangan kewirausahaan yaitu pendidikan, dukungan sistem finansial, kerja sama antarunit baik usaha besar maupun kecil, persaingan yang sehat, dan infrastruktur dasar termasuk ICT (*Information and Communication Technology*). Masih terbatasnya penelitian mengenai kewirausahaan dan pembangunan regional di negara

kita menyediakan peluang untuk melakukan penelitian di masa mendatang baik dari aspek teoritis, empiris, maupun aplikasi-aplikasinya dalam praktis kebijakan publik.

Kewirausahaan tidak terlepas dari peranan wirausaha atau *entrepreneur*, dimana **Rachmat Pambudy** membahas mengenai *entrepreneur* agribisnis yang berdaya saing. *Entrepreneur* agribisnis dituntut untuk inovatif, bekerja keras dan berani mengambil risiko dalam menghasilkan barang dan jasa yang berbasis pertanian dalam arti luas dari hulu hingga hilir, termasuk sistem penunjangnya. Merekalah yang akan menjadi pusat pertumbuhan lapangan kerja dan ekonomi di negara ini. Sedangkan dalam kancah global, mereka perlu bersaing dengan didukung oleh semua lini, semua sektor, semua tingkat, semua komoditas serta unsur pendukung yang efektif dan efisien.

Salah satu jenis *entrepreneur* yang penting dalam pengembangan agribisnis yang banyak diusahakan petani berskala kecil di Indonesia adalah *co-operative entrepreneur* (wirakoperasi). **Lukman M. Baga dan M. Firdaus** mengupas suatu model pengembangan program OVOP (*one village one product*) yang dikawinkan dengan penerapan model pembiayaan pertanian berbasis tanaman (*on the plant basis*) untuk komoditas hortikultura. Kasus yang diangkat adalah keberhasilan pengembangan hortikultura belimbing Dewa di Kota Depok, di mana belimbing dijadikan sebagai *icon* kota yang padat penduduk tersebut. Dalam pengembangan program dan model tersebut, terlihat jelas pentingnya peran seorang *co-operative entrepreneur*, yaitu sosok *entrepreneur* yang mengembangkan berbagai terobosan inovatif melalui usaha bersama (koperasi) dengan tujuan untuk peningkatan produktivitas dan kualitas produk yang menjadi pangkal kuat upaya peningkatan kesejahteraan ratusan petani belimbing. Sosok wirakoperasi ini perlu dimunculkan *by design* melalui lembaga pendidikan dan pelatihan, bukan hanya dinanti dan hadir secara kebetulan (*by chance*). Pengalaman di Kota Depok ini dapat dikembangkan dan diimplementasikan di wilayah lain yang disesuaikan dengan potensi wilayahnya untuk meningkatkan daya saing hortikultura Indonesia, baik di pasar domestik dan internasional.

Peningkatan Daya Saing Agribisnis dalam Menghadapi Tantangan Global

Pada bagian kedua buku ini, **Jono M. Munandar** memaparkan tentang konsep daya saing yang senantiasa menjadi acuan dalam dunia bisnis terutama dalam era globalisasi yang melampaui batas-batas negara. Suatu negara harus memiliki daya saing yang kokoh untuk bertahan dalam volatilitas ekonomi global atau pasar bebas. Oleh karena itu, diperlukan peran semua pihak dalam perbaikan prospek pasar dan pola perdagangan, prospek

investasi, pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) serta pengembangan iklim usaha. Lebih spesifik untuk agroindustri, diperlukan kebijakan yang mendukung pengembangan agroindustri seperti tawaran bunga bersaing, adanya bank pertanian, kestabilan tingkat inflasi dan nilai tukar, yang dalam hal ini keterlibatan birokrat dan politisi sangatlah penting.

Secara khusus, **Ratna Winandi Asmarantaka** membahas daya saing ekspor kopi Indonesia dengan menggunakan analisis RCA (*Revealed Comparative Advantage*) dan EPD (*Export Product Dynamics*). Produktivitas kopi Indonesia masih relatif rendah sehingga perlu ditingkatkan produktivitas dan efisiensinya dari mulai tingkat usaha tani hingga eksportir. Selain itu, kerja sama rantai pasokan yang terkait (*supply chain management*) dalam sistem agribisnis perlu ditingkatkan. Ekspor kopi Indonesia memiliki daya saing dengan rata-rata indeks RCA 6,55. Posisi pertumbuhan ekspor kopi Indonesia termasuk dinamis yang relatif lambat di mana perluasan pasar ekspor kopi Indonesia di pasar internasional sangat lambat. Oleh karena itu, peningkatan perluasan pasar yang lebih cepat dan intensif harus segera dilaksanakan seperti ke China dan negara-negara di Timur Tengah.

Rina Oktaviani membahas mengenai daya saing perdagangan Indonesia dan dampak dari perubahan ekonomi global. Faktor *internal* dari daya saing perdagangan dianalisis melalui *openness* (keterbukaan) dan RCA (*Revealed Comparative Advantage*), sedangkan faktor *eksternal* dianalisis melalui EPD (*Export Product Dynamics*) dan CGE (*Computable General Equilibrium*). Analisis daya saing perdagangan Indonesia dengan empat indikator tersebut dilakukan pada tiga negara, yaitu: Indonesia, Malaysia, dan Thailand. Keterbukaan Indonesia relatif stabil walaupun lebih rendah dari Malaysia dan Thailand. Berdasarkan analisis EPD ternyata produk Thailand memiliki daya saing yang lebih baik dibandingkan dengan Indonesia dan Malaysia, baik di pasar dunia, USA, dan Mesir. Pada pasar China, ternyata sebagian besar produk berada pada kuadran *Retreat* tahun 2006 yang kemudian berpindah ke kuadran *Lost Opportunity* tahun 2007 dan hal ini menggambarkan bahwa posisi produk dari tiga negara ini akan semakin memburuk dengan diberlakukannya *ASEAN China Free Trade Area*. Berdasarkan nilai RCA dan posisi EPD, pertanian Malaysia lebih baik dalam memenuhi permintaan pasar dunia dibandingkan Indonesia. Sedangkan Thailand sangat kompetitif di pasar dunia.

Harga internasional yang tinggi dari produk pertanian memberikan implikasi yang tidak begitu baik bagi makro ekonomi Indonesia. Pendapatan nasional akan menurun dengan kenaikan inflasi karena banyaknya produk impor. Alternatif kebijakan jangka pendek dengan merealokasikan subsidi pupuk ke padi tidak sebaik kebijakan jangka panjang dengan meningkatkan

produktivitas dari empat komoditas strategis (padi, jagung, kedelai dan gula) dan meningkatkan efisiensi perdagangan yang sangat penting bagi pembangunan ekonomi.

Beberapa Tinjauan Kasus untuk Meningkatkan Daya Saing Agribisnis

Muhammad Findi menulis mengenai konflik-konflik antar lembaga negara pasca kebijakan persaingan usaha pada industri tepung terigu nasional. Terjadi dua konflik kepentingan mengenai Standarisasi Nasional Indonesia (SNI) antara Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dengan Depperindag dan bea masuk antidumping antara Komite Antidumping Indonesia (KADI) di bawah Departemen Perdagangan dan Bappenas. Persekutuan antara Pemerintah dengan Burjuasi Nasional (Bogasari Flour Mills) dalam pengelolaan industri tepung terigu nasional tidak boleh memperlemah kewibawaan negara di hadapan swasta. Regulasi yang dikeluarkan pemerintah harus dipatuhi oleh semua pihak, termasuk para pengusaha. Intervensi negara dibutuhkan dalam rangka mengantisipasi kegagalan pasar akibat perilaku usaha perusahaan dominan yang mempraktekkan monopoli. Oleh karena itu, peran KPPU dalam mengawasi perusahaan-perusahaan besar merupakan pilihan politik yang tepat untuk memulihkan kepercayaan publik terhadap pemerintah.

Feryanto W. Karo-Karo dan Lukman M. Baga mengkaji mengenai pengusaha dan pengembangan agribisnis sapi perah yang ternyata sangat potensial untuk terus dikembangkan dan ditingkatkan di mana usaha agribisnis sapi perah Indonesia memiliki keunggulan komparatif dan kompetitif. Keterbatasan dan kendala harus segera diatasi agar kebutuhan nasional dapat dipenuhi dengan cara meningkatkan akses peternak terhadap modal dan bibit unggul, meningkatkan peran dan strategi kelembagaan koperasi dalam pemberdayaan peternak, serta dukungan kebijakan pemerintah yang memihak kepada peternak. Beberapa strategi kebijakan yang dapat diambil oleh pemerintah adalah: (1) menetapkan tarif masuk terhadap susu impor sebesar 10-15 persen; (2) menetapkan subsidi pada *input* usaha ternak, terutama pakan dan obat-obatan; (3) penetapan kembali BUSEP (Bukti Serap), di mana IPS memiliki kewajiban membeli dengan proporsi jumlah impor susu yang adil; (4) penyediaan bibit unggul sapi perah; (5) menciptakan iklim investasi yang menguntungkan dan kondusif, (6) membentuk model kluster pengusaha sapi perah melalui peningkatan peran koperasi; (7) pengurangan atau penghapusan pajak dan biaya lainnya yang tidak terkait dengan pengusaha susu segar sapi perah sehingga ekonomi biaya tinggi

dapat dihilangkan; dan (8) memfasilitasi penelitian dan penyediaan teknologi yang mampu meningkatkan kualitas susu segar serta mampu melakukan pengolahan susu menjadi produk turunan yang memberikan nilai tambah bagi peternak.

Sedangkan **Heti Mulyati** dan **Alim Setiawan S.** membahas tentang rantai pasok sayuran di mana dalam era globalisasi ini persaingan tidak hanya terjadi antarperusahaan, tetapi antarrantai pasok. Oleh karena itu, kinerja rantai pasok dianalisis melalui model evaluasi *Supply Chain Operations Reference* (SCOR) dan kinerja ini sangat menentukan tingkat daya saingnya. Indikator kinerja penting dalam meningkatkan daya saing komoditas sayuran adalah kualitas, ketepatan waktu dalam memenuhi pesanan dan pengiriman. Oleh karena itu, perlu penerapan *Good Agricultural Practice* (GAP) untuk meningkatkan kualitas sayuran. Peningkatan daya saing rantai pasok hortikultura dapat dilakukan melalui kelembagaan yang kokoh dan transparan di antara anggota rantai pasok.

Arief Daryanto dan **Heny K.S. Daryanto** dalam tulisannya memaparkan bahwa dalam era globalisasi yang ditandai dengan tingginya daya saing, sektor pertanian Indonesia perlu meningkatkan daya saingnya. Peningkatan nilai tambah dengan sistem *Agro-Food Complex* (AFC) merupakan salah satu solusi yang bisa diterapkan sebagai bentuk peningkatan daya saing sektor pertanian yang berkelanjutan. Peningkatan daya saing melalui sistem AFC harus didukung dengan peranan kewirausahaan dan kekuatan modal sosial pada sektor pertanian. Salah satu contoh bentuk modal sosial yang telah dilaksanakan adalah pola-pola kemitraan (*contract farming*).

Dalam segi implementasi, **Muhammad Firdaus** membuat terobosan dalam analisis bisnis dengan menciptakan Program SIKUH (Sistem Informasi Kelayakan Usaha Hortikultura) yang *user friendly* dan *paperless*. Pada Program SIKUH ini para petani hortikultura dapat mengakses *Standard Operational Procedures* (SOP) dengan ilustrasi yang khas untuk agroekosistem tertentu dan analisis usaha dengan memperhitungkan perbedaan produktivitas, harga jual dan penggunaan input produksi. Dengan adanya program ini, petani dan juga pengusaha hortikultura diharapkan dapat membuat keputusan bisnis berdasarkan analisis yang sah sehingga dapat meningkatkan daya saing hortikultura Indonesia.

Masih dalam kaitannya dengan pengembangan komoditas hortikultura, **Anna Fariyanti** dan **Yayah K. Wagiono** telah menulis mengenai pengembangan komoditas pisang melalui model revitalisasi pertanian berbasis tanaman sebagai alternatif pembiayaan. Tulisan ini didasarkan pada pemikiran bahwa pembiayaan pada sektor pertanian saat ini didasarkan pada luas areal

lahan dan jaminan sertifikat kepemilikan lahan, sehingga diajukan konsep pembiayaan berbasis tanaman yang akan diterapkan pada komoditas pisang. Pembiayaan pisang didasarkan jumlah pohon yang diusahakan oleh petani. Pada model pembiayaan yang diterapkan pada pengembangan komoditas pisang melibatkan beberapa pihak seperti petani, lembaga pembiayaan dan avails.

Orange Book 2 dipersembahkan bagi Bangsa Indonesia tercinta dan semoga dapat bermanfaat bagi kaum akademik, peneliti, praktisi agribisnis dan pengambil keputusan demi meningkatkan daya saing bangsa, khususnya agribisnis, dalam konteks persaingan global yang harus kita hadapi.

Selamat Membaca!

Bogor, 30 Juni 2010

Tim Editor

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	v
Intisari Pemikiran	vii
Daftar Isi	xv
Kewirausahaan dalam Pembangunan Agribisnis dan Persaingan Global	1
● Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Melalui Peningkatan Jumlah Wirausaha: Sebuah Kerangka Penelitian.....	3
● Kewirausahaan dan Pembangunan Regional: Eksplorasi dan Refleksi Kritis.....	15
● Membangun <i>Entrepreneur</i> Agribisnis yang Berdayasaing.....	27
● Peran <i>Co-Operative Entrepreneur</i> dalam Pengembangan Program OVOP dan Pembiayaan Pertanian Berbasis Tanaman, Kasus Belimbing di Kota Depok.....	43
Peningkatan Daya saing Agribisnis dalam Menghadapi Tantangan Global	61
● Faktor Kritis untuk Pengembangan Daya saing Produk Agroindustri di Indonesia: Pendekatan Aspek Pendukung Pemasaran.....	63
● Analisis Daya saing Ekspor Kopi Indonesia.....	79
● <i>Indonesian Trade Competitiveness and the Impact of Global Economic Change</i>	95
Beberapa Tinjauan Kasus untuk Meningkatkan Daya saing Agribisnis	123
● Investasi di Sektor Pertanian dan Kinerja Perekonomian Indonesia..	125
● Konflik-Konflik Antarlembaga Negara Pascakebijakan Persaingan Usaha pada Industri Tepung Terigu Nasional.....	147

● Peran Koperasi dan Kebijakan Pemerintah dalam Upaya Peningkatan Daya saing Agribisnis Sapi Perah.....	163
● Rancangan Pengukuran Kinerja Rantai Pasok Sayuran dengan Pendekatan <i>Supply Chain Operations Reference</i>	181
● Peranan Kewirausahaan dan Modal Sosial Dalam Peningkatan Daya saing Agro-Food Complex.....	197
● SIKUH: Integrasi Analisis Ekonomi, Teknologi Budidaya dan Sistem Informasi untuk Menunjang Kewirausahaan di Bidang Hortikultura.....	215
● Pengembangan Komoditas Pisang Melalui Model Revitalisasi Pertanian Berbasis Tanaman sebagai Alternatif Pembiayaan	231
Biodata Editor	241
Biodata Penulis	243

Membangun *Entrepreneur* Agribisnis yang Berdayasaing

Rachmat Pambudy

Pendahuluan

Masalah pembangunan ekonomi antara lain rendahnya produksi, produktivitas dan rendahnya dayasaing. Dalam era globalisasi, mau tidak mau, siap tidak siap dan suka tidak suka tiap produk Indonesia harus bisa menghadapi persaingan domestik maupun internasional. Oleh karena itu, perlu peningkatan kinerja yang lebih baik dari kondisi sekarang agar dapat meningkatkan dayasaing. Peningkatan dayasaing menjadi sangat penting pada era kompetisi global yang semakin ketat.

Pertumbuhan ekonomi yang tinggi saja tidak cukup untuk mengatasi permasalahan pengangguran dan kemiskinan di Indonesia. Diperlukan pertumbuhan ekonomi yang juga berkualitas dan berkelanjutan. Pertumbuhan ekonomi tersebut adalah pertumbuhan ekonomi yang bertumpu pada pertumbuhan sektor riil agribisnis dan kegiatan produktif lainnya serta peningkatan dayasaing dengan sasaran pengurangan jumlah orang miskin (*pro-poor*), melalui penyediaan lapangan pekerjaan (*pro-job*) dan peningkatan pertumbuhan berkualitas (*pro-growth*). Dengan potensi sumber alam, manusia dan sosial yang besar, Indonesia harus dapat memanfaatkannya menghasilkan produk dan jasa berbasis keunggulan komparatif yang dapat bersaing pada tingkat domestik maupun internasional.

Keunggulan kompetitif yang ada atau yang potensial dari suatu bangsa, sebagaimana dikemukakan oleh Doz dan Prohalad (1987) dalam Kotler, Jatustripitak, dan Maesincee (1997), tergantung pada: (1) dayasaing faktor-faktornya-kekuatan relatif faktor-faktor produksinya, yang mencakup sumberdaya fisik, manusia dan teknologinya; dan (2) dayasaing perusahaan-perusahaan domestiknya-kekuatan relatif perusahaan domestik bangsa tersebut. Ketika dayasaing faktor-faktor suatu bangsa tinggi dan perusahaan-perusahaan domestiknya kompetitif, maka suatu industri akan muncul. Akan ada produksi untuk konsumsi domestik dan akhirnya juga untuk ekspor

(Kotler, Jatustripitak, dan Maesincee, 1997). Sebaliknya, jika faktor tersebut lemah, maka suatu industri tidak akan muncul, namun justru bangsa tersebut akan mengimpor produk-produk untuk memenuhi kebutuhan lokal.

Jika dayasaing perusahaan tinggi, tetapi dayasaing faktornya rendah, maka akan timbul tekanan berupa investasi ke luar (*outward investment*) ke negara lain yang memiliki dayasaing faktor yang tinggi. Sebagai contoh adalah beberapa industri elektronik dan otomotif yang mengatur pembuatan atau perakitannya di Asia Tenggara dengan biaya tenaga kerja murah. Demikian juga jika dayasaing perusahaan rendah sementara dayasaing faktornya tinggi, maka akan timbul investasi ke dalam (*inward investment*). Contohnya adalah negara-negara Asia dengan industri elektroniknya atau negara-negara Arab Teluk dengan eksplorasi minyak di bawah manajemen perusahaan asing (Kotler, Jatustripitak, dan Maesincee, 1997).

Berdasarkan kekuatan dan kelemahan pembangunan, perubahan-perubahan lingkungan global, serta menyadari tantangan ke depan, visi pembangunan nasional seharusnya adalah terwujudnya perekonomian nasional yang sehat, yang mampu berdayasaing, berorientasi kerakyatan, berkelanjutan secara ekonomi-lingkungan-sosial, dan lebih desentralistis (Saragih, 2002). Hal itu lebih mudah terwujud jika kita aktif mengembangkan *entrepreneur* yang berkembang dalam sistem dan usaha agribisnis sebagai basis kekuatan ekonomi nasional Indonesia

Secara harfiah, *entrepreneur* merupakan individu yang memiliki pengendalian tertentu terhadap alat produksi dan menghasilkan lebih banyak daripada yang dapat dikonsumsi atau dijual atau ditukarkan agar memperoleh pendapatan. Istilah *entrepreneur* diungkapkan pertama kali oleh seorang ekonom Irlandia, keturunan Perancis (Cantillon, 1697-1734). Menurut rumusan awal Cantillon tersebut, *entrepreneur* adalah ahlinya mengambil risiko dalam menghasilkan kombinasi baru berbagai produk atau proses atau dalam mengantisipasi pasar atau mengkreasikan tipe organisasi baru.

Oleh karena itu, seorang *entrepreneur* adalah memimpin suatu industri baru yang bisa menghasilkan perubahan struktural, pertumbuhan ekonomi dan siklus bisnis dengan cara mengkombinasikan ide-ide ekonomi dan psikologi. Bahkan lebih jauh, terkait dengan pembangunan ekonomi, para *entrepreneur* mampu mengendalikan revolusi dan mentransformasi serta memperbaharui perekonomian dunia. Hal ini karena *entrepreneurship* merupakan esensi usaha bebas dari kelahiran bisnis baru yang memberikan vitalitas bagi ekonomi

global. Istilah *entrepreneur* bukanlah suatu yang baru dalam pembangunan ekonomi. Istilah *entrepreneurship* telah digunakan setidaknya 150 tahun yang lalu dan konsepnya telah ada 200 tahun (Bygrave, 1998).

Pengusaha-industrialis bisa disebut sebagai *entrepreneur* yang dalam bahasa Prancis berarti melaksanakan tugas. Sejak tahun 1979, penelitian tentang penciptaan pekerjaan telah membuat para *entrepreneur* menjadi pahlawan. *Entrepreneur* disebut sebagai pencipta kekayaan melalui inovasi. *Entrepreneur* sebagai pusat pertumbuhan ekonomi dan lapangan kerja serta memberikan mekanisme pembagian kekayaan yang bergantung pada inovasi, kerja keras, kejujuran, keuletan, kesabaran, kepintaran, kecermatan, ketelitian, ketabahan, dan pengambilan risiko untuk menghasilkan barang dan jasa. Dengan kata lain, *entrepreneur* itu memberikan alternatif bagi tumbuhnya ekonomi sekaligus redistribusi kekayaan yang wajar dan adil. Proses ini hanya dapat terlaksana pada pemerintahan yang bervisi, baik dan bersih (*visionary, good, and clean governance*). Melalui pemerintahan yang baik, bersih dan bervisi untuk mengembangkan *entrepreneur* nasional maka akan tercipta mekanisme pertumbuhan ekonomi yang berkualitas. Para pembuat kebijakan tidak bisa lagi bekerja dengan cara tradisional. Mengejar pertumbuhan ekonomi tinggi melalui strategi-kebijakan yang hanya menghasilkan jasa dan barang tanpa memikirkan akibat samping yang buruk (peningkatan utang, kesenjangan sosial-ekonomi, kerusakan lingkungan, kemiskinan dan kemerosotan kapasitas nasional) akan menimbulkan malapetaka di kemudian hari. Pembuat kebijakan harus berpikir *out of the box* dan bertindak di luar kebiasaan (*unusual*).

Usaha para pembuat kebijakan ekonomi secara tradisional adalah menambah jumlah barang dan jasa yang dihasilkan bangsa-bangsa mereka. Namun, pemikiran ini dapat berarti bahwa banyak para pembuat kebijakan mengabaikan faktor-faktor kritis bagi kesehatan jangka panjang perekonomian bangsa-bangsa mereka. Ada empat faktor yang dinilai sebagai kekayaan bangsa (diadopsi dari Kotler, Jatusripitak dan Maesincee, 1997):

1. Modal Alami - nilai dari letak geografis, tanah, air, flora, fauna, keragaman hayati, bahan-bahan mineral dan sumberdaya alam lainnya.
2. Modal Fisik - nilai dari mesin-mesin, jalan, jembatan, waduk, pabrik, bangunan-bangunan, dan pekerjaan-pekerjaan umum.
3. Modal Manusia - nilai produktif warga negara, tenaga kerja, dan masyarakat.
4. Modal Sosial - nilai keluarga, komunitas, masyarakat, dan organisasi.

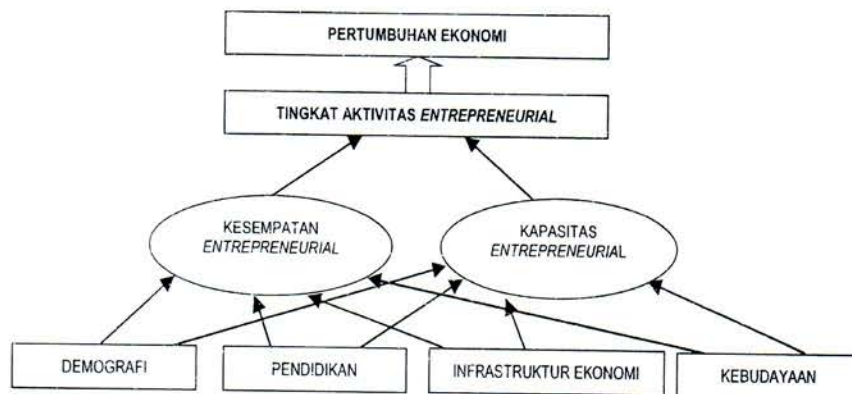
Perekonomian yang baik, sasaran utamanya adalah meningkatkan jumlah GNP (bukan GDP) dengan menstimulasi pertumbuhan ekonomi sehingga orang miskin dikurangi dan standar hidup secara materi dan nirmateri diperbaiki. Suatu strategi pertumbuhan ekonomi dengan landasan luas dan kokoh hendaknya memusatkan diri pada peningkatan pendapatan dan kesejahteraan kelompok miskin "sasaran", segmen mayoritas penduduk. Bersamaan dengan mengejar pertumbuhan ekonomi tinggi-berkualitas, pemerintah harus memperbaiki daya saing internasionalnya. Bagi negara berpenduduk miskin (pendapatan kurang dari 2 US \$/hari/orang) maka persoalan lapangan kerja, pangan dan kesehatan menjadi sangat esensial. Hal ini juga menyangkut perkuatan akses mereka ke dan dari pasar global, aliran modal serta pengalihan teknologi seefektif dan seefisien mungkin.

Terlepas dari jumlah dan cara mencapai pertumbuhan, tujuan mengejar GNP tinggi sering menjadi suatu keprihatinan karena akibat sampingannya berupa kesenjangan, kerusakan lingkungan, dan bertambahnya utang pemerintah. Ada dua tujuan pertumbuhan yang berkualitas: (1) bagi perorangan, tujuannya untuk meningkatkan taraf hidup, termasuk pendapatan, kesehatan dan pendidikan yang lebih baik, lebih banyak kesempatan kerja, dan lebih banyak perhatian pada nilai-nilai kebudayaan; (2) untuk masyarakat keseluruhan, tujuannya adalah kepaduan sosial, keadilan, lingkungan yang baik, keamanan, dan kedamaian (diadopsi dari Kotler, Jatusripitak dan Maesincee, 1997).

Nikels, Mchugh dan Mchugh (2005) menyatakan perlunya para *entrepreneur* sebagai salah satu kreator kesejahteraan. Terdapat lima faktor produksi yang berperan dalam meningkatkan kesejahteraan, yaitu: **Pertama**, tanah dan sumberdaya alam, untuk pertanian, rumah, bangunan dan produk manufaktur (mobil, elektronik, kimia, pesawat terbang) dan produk lainnya. **Kedua**, pekerja, perannya selalu penting dalam memproduksi barang dan jasa, namun sekarang ini lebih banyak tergantikan oleh teknologi. **Ketiga**, modal, meliputi uang, mesin, peralatan, bangunan dan peralatan lainnya. **Keempat**, *entrepreneurship*. Semua sumberdaya di dunia ini belum bernilai tambah tinggi jika tidak ada *entrepreneur* yang mau mengambil risiko bisnis untuk memanfaatkan sumberdaya tersebut. **Kelima**, pengetahuan dan informasi teknologi telah mengubah bisnis sehingga keputusan lebih cepat, tepat serta respon terhadap permintaan juga bisa lebih cepat, tepat serta bernilai tambah.

Membangun *Entrepreneur* Agribisnis

Global Entrepreneurship Monitor (GEM)-Program Penelitian Kewirausahaan yang meneliti *entrepreneurship* di sejumlah negara, melaporkan tentang total aktivitas *entrepreneurship* (*Total Entrepreneurial Activity/TEA*) beberapa negara. Pendekatan GEM adalah hipotesis hubungan antara aktivitas *entrepreneurship* dan jumlah *entrepreneur* dengan pertumbuhan ekonomi. Dalam kesimpulannya antara lain permintaan digambarkan oleh kesempatan *entrepreneur*, sedangkan penawaran digambarkan oleh kapasitas *entrepreneur*. Itu semua dipengaruhi oleh faktor demografi, pendidikan, infrastruktur ekonomi, dan kebudayaan (Burns, 2007). Pada akhirnya jumlah dan kualitas *entrepreneur* yang juga akan berpengaruh terhadap tingkat dan kualitas pertumbuhan suatu negara. Makin banyak jumlah *entrepreneur*nya ada kemungkinan pertumbuhannya akan makin tinggi. Jika *entrepreneur* itu berkualitas (*turnover* atau *sales*-nya besar, labanya besar, dan pajak yang dibayarkan makin besar maka peran mereka terhadap pertumbuhan ekonomi juga besar. Jika *entrepreneur* itu memiliki karyawan yang banyak maka dapat dipastikan bahwa karyawan itu juga mendapat manfaat atas keberadaan perusahaan tersebut (Lydall, 1992). Bisa dibayangkan bagaimana seorang Ray Croc, *entrepreneur*, pendiri dan pengembang *hamburger Mc Donald* memiliki *outlet* di seluruh dunia dan *sales*-nya setiap tahun lebih dari 50 milyar US \$ (setengah APBN Indonesia). Selain Ray Crock Amerika Serikat masih memiliki Henry Ford, Rockefeller, Jepang memiliki Akio Morita (Sony), Honda, Taiwan punya Stanshieh (ACER).



Gambar 1. Pendekatan GEM untuk Mengukur Aktivitas Entrepreneurship

Sumber : Diadaptasi dari *Global Entrepreneurship Monitor (2001) Executive Report, GEM Project, Babson College/London Business School, Boston, USA dalam Burns (2007)*.

Penelitian di Amerika Serikat menunjukkan bahwa 23 persen kegagalan bisnis baru diakibatkan oleh kurangnya pengetahuan bisnis pelakunya (*entrepreneur*-nya), yang bisa membuktikan peranan pendidikan sangat besar dalam membentuk seorang *entrepreneur* sukses. Manajemen buruk, kurang pengalaman, sistem keuangan jelek sering menjadi kegagalan umum *entrepreneur* dalam mengembangkan bisnisnya. Namun, *entrepreneur* yang memiliki komitmen dan sangat bertanggung jawab dalam mengendalikan bisnisnya, kreatif dan berenergi tinggi, memiliki motivasi yang kuat serta mau belajar dari kegagalan dan tidak mudah menyerah merupakan ciri dari *entrepreneur* masa depan yang berhasil. Kalau dalam sebuah kelompok, masyarakat dan negara ada banyak *entrepreneur* yang memiliki ciri demikian, maka dipastikan negara tersebut akan menghasilkan pertumbuhan ekonomi tinggi dan berkualitas.

Pemerintah Indonesia sebenarnya telah menyadari nilai dari mencipta dan mendorong *entrepreneurship* agar tumbuh usaha-usaha skala kecil-menengah. Usaha ini merupakan basis industri *infant* dan pendukung kelompok industri suatu bangsa. *Entrepreneur* muncul karena berbagai alasan. Lingkungan tertentu yang menyumbang pada lahir dan juga keberhasilan *entrepreneur* sering bersifat alamiah (mereka yang berasal dari keluarga pengusaha memiliki kecenderungan lebih tinggi untuk mulai usaha sendiri daripada mereka yang berasal dari keluarga pegawai berpenghasilan tetap) atau ditentukan secara budaya (masyarakat tertentu berkecenderungan berbeda pada pengambilan risiko). Kebijakan pemerintah dapat memainkan peran vital karena dua alasan: pertama, aspek di luar *genetic* dari *entrepreneurship* seperti pengetahuan dan keterampilan manajemen bisa dipelajari atau diperbaiki; Kedua, *entrepreneurship* supaya bisa dikuasai *entrepreneur* bergantung pada sumberdaya pelengkap lainnya dalam perekonomian mulai dukungan modal sampai infrastruktur, semua itu menjadi domain pemerintah. (diadopsi dari Tyson, Petrin, dan Rogers (1992) dalam Kotler, Jatusripitak, dan Maesincee (1997)).

Dengan demikian, pengembangan *entrepreneur* dan *entrepreneurship* tidak dapat dilepaskan dalam peran politik dan keinginan suatu pemerintah dalam memilih strategi perekonomian nasionalnya. Bahkan, sangat erat dengan strategi perekonomian internasional dan global. Perkembangan dan perubahan yang terjadi baik dalam skala nasional, internasional maupun global menyebabkan *entrepreneur* juga harus selalu cepat menanggapi. Sehingga, kedepan perlu mengembangkan proses baru dalam *entrepreneurship*. Proses baru itu mencakup antara lain, hal-hal kongkrit yang mampu

membangkitkan banyak ide bisnis, mencari berbagai alternatif pembiayaan awal, mengembangkan jaringan antar bisnis serta selalu mengulang untuk memperbarui bisnis agar selalu inovatif dan unggul di antara para pesaingnya.

Bagi masyarakat yang ingin mengembangkan bisnisnya selain perlu memahami aspek *entrepreneurship* juga harus mampu mengadopsi segala hal yang diperlukan untuk menjadi *entrepreneur* yang tangguh. Kesalahan *entrepreneur* Asia pada umumnya hanya mampu memenangkan transaksi sesaat, tanpa diikuti kemampuan mencipta hal-hal inovatif yang menyebabkan usahanya langgeng. Selain itu pola kapitalisme perkoncoan (*crony-capitalism*) juga sangat menghambat pertumbuhan *entrepreneur* yang tangguh. Dalam konteks makro pembangunan ekonomi nasional, dapat dinyatakan bahwa masyarakat *entrepreneur* dan pemerintahan yang memiliki visi yang baik yang akan berpengaruh dalam kemajuan ekonomi. Pembangunan ekonomi Indonesia yang berbasis demokrasi ekonomi adalah membangun ekonomi rakyat melalui penciptaan *entrepreneur* yang banyak, kuat, dan tersebar merata di seluruh wilayah Indonesia.

Modal Manusia Indonesia : *Entrepreneur* Agribisnis

Penggalan potensi aktual modal dalam negeri ini belum bermakna apa-apa, sebelum ada realitasnya. Secara optimis ada strategi untuk mencapai ke arah tersebut, yaitu dengan menyadari kelemahan mendasar. Termasuk bagaimana mengembangkan *entrepreneur* yang efektif dan efisien agar mampu memanfaatkan sumberdaya alam dan sosial untuk membangun Indonesia. Bagaimana mengembangkan strategi yang sekaligus mempertimbangkan kombinasi sumberdaya manusia, sumberdaya alam dan sumberdaya sosialnya melalui *entrepreneur* agribisnis yang sengaja dirancang untuk mempercepat pembangunan. Sehingga ketiganya bisa bersinergi satu dengan yang lainnya sebagai modal pembangunan yang kokoh dan saling menguatkan bukan saling bertentangan dan melemahkan.

Salah satu kelemahan pembangunan sumberdaya manusia oleh pemerintah Indonesia pada waktu yang lalu adalah tidak dikembangkan para *entrepreneur* yang baik (pembayar pajak yang taat), kuat dan banyak jumlahnya. Hernando de Soto dalam *Mistery of Capital* menyebutkan berulang kali pentingnya pengembangan dan peran *entrepreneur* domestik di dunia ketiga dalam proses pembentukan dan akumulasi modal nasional. Pemerintah berperan besar dalam proses ini karena pelayanan administrasi, beban biaya dan jangka waktu ijin pembentukan usaha baru ternyata sangat

mempengaruhi kelahiran *entrepreneur*. Beberapa indikator jumlah biaya-beban administratif dalam kegiatan usaha dari beberapa negara dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Indikator Biaya-Beban Administratif dalam Kegiatan Usaha di Beberapa Negara

Negara	Jumlah Terdapat	Waktu (jam)	Fleksibilitas (Skala kred. index, skala 0-100)		Biaya (% Pendapatan per kapita)	Total
			Pengambilan	Permohonan Kerja		
US	5	4	33	5	0,6	47,6
Singapura	7	8	33	1	1,2	50,2
Australia	2	2	33	13	2,0	52,0
New Zealand	3	3	33	20	0,2	59,2
Hong Kong	5	11	58	1	2,3	77,3
Jepang	11	31	39	9	10,5	100,5
Mongolia	8	31	33	25	12,0	109,0
Malaysia	8	31	33	15	27,1	114,1
Papua Nugini	7	69	17	4	26,4	123,4
Korea	12	33	33	32	17,9	127,9
China	12	46	17	57	14,3	146,3
Sri Lanka	8	58	33	40	18,3	157,3
Thailand	9	42	78	30	7,3	166,3
Taiwan	8	48	81	32	6,1	175,1
Pakistan	10	22	65	33	46,8	176,8
Bangladesh	7	30	33	32	75,5	177,5
Vietnam	11	63	43	48	29,9	194,9
Philipina	11	59	58	50	24,4	202,4
India	10	88	33	45	49,8	225,8
Indonesia	11	168	76	43	14,5	312,5
Kamboja	11	94	33	49	553,8	740,8

Sumber : *Doing Business in 2004* (World Bank, the International Finance Corporation, and Oxford University Press). Oktober 2003.

Karena itu pula Malaysia, dalam rencana pembangunan ekonomi pemerintah menitikberatkan pada kepentingan pengembangan *entrepreneurship* dengan pembentukan institusi publik untuk mengembangkan *entrepreneur*

bagi bangsa melayu dan Bumiputera lainnya. Selain itu, pemerintah juga menyediakan bantuan bagi non-melayu dan non-Bumiputera. Upaya ini juga termasuk pembentukan Kementerian Pengembangan *entrepreneurship* pada tahun 1995 (Omar, 2006). Hal yang sama dilakukan pemerintah Singapura, Taiwan, Thailand, dan negara di dunia ketiga lainnya. Tidak heran negara-negara itu maju pesat dalam ekonominya. Selain itu, negara-negara tersebut dapat mengurangi kesenjangan sosial-ekonomi. Negara-negara itu juga mampu berdemokrasi dengan baik karena kemajuan ekonomi telah mendorong percepatan pendapatan individu, kecukupan pangan dan gizi, pendidikan, pelayanan kesehatan, dan keamanan nasional lebih baik.

Entrepreneur agribisnis adalah pencipta kekayaan melalui inovasi berbasis pertanian, perkebunan, peternakan, kehutanan, perikanan, hortikultura dan tanaman pangan (jagung, padi, kedelai, umbi umbian dan kacang-kacangan lainnya) serta bisnis yang terkait ke hulu, hilir, dan penunjangnya. Mereka adalah pusat pertumbuhan lapangan kerja dan ekonomi. Mereka menghasilkan sistem dan mekanisme pembagian kekayaan yang bergantung pada inovasi, kerja keras, dan pengambilan risiko berbasis kekayaan alam tropis dan sosial Indonesia. *Entrepreneur* agribisnis menghasilkan barang dan jasa seperti pangan, pakan, energi, serat, obat-obatan, agro-otomotif dan industri kimia, jasa keuangan, informasi, pergudangan, transportasi, telekomunikasi pendidikan, dan konstruksi infrastruktur (jembatan, jalan, dam, irigasi) dalam sistem dan usaha agribisnis.

Entrepreneur agribisnis yang kuat perlu dikembangkan dalam jumlah banyak karena beberapa alasan mendasar. Pertama, agribisnis tropis dalam proses produksi, kandungan lokalnya banyak bersumber dari kekayaan domestik. Kedua, tenaga kerja yang dibutuhkan juga banyak dan cocok sesuai dengan berbagai strata jenis usaha. Ketiga, pasar produk barang dan jasa agribisnis akan mudah dipasarkan karena jumlah penduduk Indonesia hampir 250 juta orang. Selain itu, ada beberapa alasan lainnya. Hampir 50 persen penduduk Indonesia masuk kategori miskin karena berpendapatan kurang dari 2 US \$/orang/hari (sama dengan seekor sapi di eropa yang mendapat subsidi 2 US \$/ekor/hari). Penduduk Indonesia banyak yang menganggur (lebih 10 juta menganggur penuh, 10 juta setengah menganggur dan setiap tahun ada 2,5 juta perlu pekerjaan). Orang miskin dan penganggur selalu perlu pangan dan pekerjaan. Utang pemerintah dan swasta lebih dari 1.500 triliun. Kerusakan lingkungan (hutan rusak, banjir, pencemaran air dan lahan) terjadi di banyak tempat. Pengembangan *entrepreneur* agribisnis dalam sistem dan usaha agribisnis yang terarah dan terkendali dapat menghasilkan

sandang-pangan-papan, menciptakan lapangan kerja, mengurangi kerusakan lingkungan dan tidak menimbulkan utang baru yang kurang produktif.

Jadi pengembangan *entrepreneur* agribisnis dalam kuantitas dan kualitas yang memadai bisa menghasilkan distribusi kekayaan wajar, adil dan berkesinambungan. Hal ini dapat dilakukan karena peran *entrepreneur* agribisnis adalah mengawinkan ide-ide kreatif dengan tindakan yang bertujuan dan berstruktur dari dan untuk tujuan bisnis berdasarkan kekayaan lokal nasional. *Entrepreneur* agribisnis yang berhasil dapat diukur dari kemampuannya untuk menyelesaikan proses dari kreativitas, kemudian menghasilkan inovasi, sampai aplikasinya berupa barang dan jasa dapat dijual/disebarluaskan dan menerobos pasar (lokal, regional, dan internasional) dengan keuntungan yang memadai.

Indonesia sebenarnya memiliki benih-benih *entrepreneur* pertanian yang tangguh. Sukarno (1964) sudah lama (sejak 1920-an) mengidentifikasi kemampuan dan kemandirian petani dan nelayan kecil Indonesia. Dalam suatu kesempatan, saat membolos kuliah, Sukarno (1964), bertemu dengan petani kecil mandiri yang hanya memiliki bajak, cangkul, sekop dan 0,3 ha sawah sebagai alat produksi dan pondok kecil sebagai rumah tinggal (tempat bernaung) dan ketika ditanya namanya, tanpa ragu dia sebutkan namanya "Marhaen". Dalam kesempatan lain secara lebih lengkap Soekarno (1964: 85) menyatakan :

Mereka tidak terikat pada siapapun. Dia menjadi kusir gerobak-kudanya, dia menjadi pemilik dari kuda dan gerobak itu dan dia tidak mempekerjakan buruh lain. Dan terdapatlah nelayan-nelayan yang bekerja sendiri dengan alat-alat: seperti tongkat-kail. Tongkat-kail dan perahu kepunyaan sendiri. Dan begitupun para petani yang menjadi pemilik tunggal dari sawahnya dan pemakai tunggal dari hasilnya. Orang-orang semacam ini meliputi bagian terbanyak dari rakyat kami. Semua menjadi pemilik dari alat produksi mereka sendiri, jadi mereka bukanlah rakyat proletar. Mereka punya sifat khas tersendiri. Mereka tidak termasuk dalam salah satu bentuk penggolongan. Kalau begitu, apakah mereka ini sesungguhnya?

Orang-orang itulah sesungguhnya sebagai benih *entrepreneur* dalam sistem dan usaha agribisnis. *Entrepreneur*, terutama di bidang pertanian kecil dan menengah, peranannya besar sekali dalam pembentukan dan akumulasi

modal pembangunan Indonesia. Tidak peduli apakah pedagang kaki lima atau pengusaha warung kecil ataupun penggiling gabah tingkat desa, mereka itu sebenarnya berpotensi menghasilkan tambahan modal bagi pemerintah daerah dan pusat (negara) yang aparat/birokrasi/pimpinannya jeli serta pintar memanfaatkannya. Sementara bagi aparat pemerintah yang kurang inovatif dan tidak kreatif serta malas berpikir, mereka itu sumber masalah yang lebih sering digusur atau dijadikan sumber tambahan pendapatan pribadi. Hernando de Soto (2001) menyebutkan mereka bukan masalah pembangunan. Mereka, para *entrepreneur*, itu adalah solusi pembangunan.

Kemakmuran rakyat dalam satu negara berkorelasi erat dengan jumlah dan kualitas *entrepreneur*-nya. Makin banyak dan makin kuat *entrepreneur*-nya (mampu menghasilkan barang dan jasa yang dapat menerobos pasar di luar negerinya) yang dimiliki oleh negara itu maka makin makmur rakyatnya. Dalam konteks seperti itu, salah satu tugas penting pemerintah adalah bagaimana menumbuhkan, membina dan mengembangkan *entrepreneur*, bagaimana membuat iklim yang baik dan kondusif bagi *entrepreneur* agar bertambah banyak dan kuat? Agar mereka dapat menyumbang pertumbuhan ekonomi yang berkualitas serta meningkatkan tabungan nasional lebih banyak, lebih merata dan berkesinambungan. Pertanyaan selanjutnya di sektor apa dan di mana *entrepreneur* itu dapat tumbuh dan berkembang dengan baik dan relatif mudah serta lebih cepat?

Agribisnis mencakup kegiatan pertanian, perkebunan, kehutanan, perikanan dan kelautan, peternakan, pariwisata (*agro* dan *eco-tourism*) yang seluas-luasnya (hulu-on farm-hilir dan jasa-jasa penunjangnya). Dengan demikian, pengembangan *entrepreneur* dapat diarahkan paling tidak dalam lima kelompok besar (*subsystem*) pengembangan (Pambudy, 2007), yaitu:

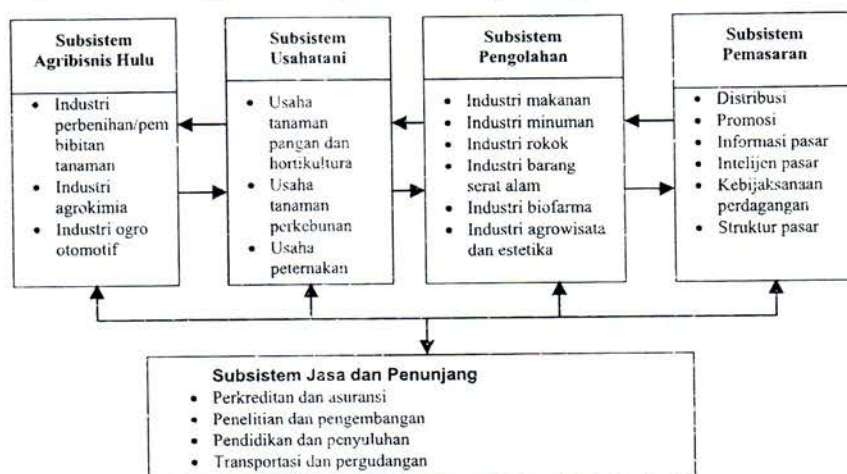
1. Mengembangkan *entrepreneur* dan perusahaan keluarga/kecil/menengah dan besar dalam lingkup subsistem agribisnis hulu (*upstream agribusiness*) yakni industri yang menghasilkan barang modal bagi pertanian (arti luas), yakni industri perbenihan/pembibitan tumbuhan dan hewan, industri agrokimia (pupuk, pestisida, obat/vaksin ternak) dan industri agrootomatif (mesin dan peralatan pertanian) serta industri pendukungnya.
2. Mengembangkan *entrepreneur* dan perusahaan keluarga/kecil/menengah dan besar dalam subsistem usahatani (*on-farm agribusiness*), yakni kegiatan yang menggunakan barang modal dan sumberdaya alam untuk menghasilkan komoditas pertanian primer tanaman pangan dan hortikultura, tanaman rempah, herbal, obat-obatan, perkebunan, peternakan, perikanan, dan kehutanan.

3. Mengembangkan *entrepreneur* dan perusahaan keluarga/kecil/menengah dan besar yang bergerak dalam subsistem pengolahan (*down stream agribusiness*), yakni industri yang mengolah komoditas pertanian primer (agroindustri) menjadi produk olahan antara (*intermediate product*) dan akhir (*finish product*). Termasuk di dalamnya industri makanan, industri minuman, industri barang serat (karet, *plywood*, pulp, kertas, kayu, rayon, benang kapas/sutera, barang kulit, tali, dan karung goni), industri biofarma, dan agro-wisata dan estetika.
4. Mengembangkan *entrepreneur* dan perusahaan keluarga/kecil/menengah dan besar dalam subsistem jasa bagi subsistem agribisnis hulu, subsistem usahatani dan subsistem agribisnis hilir. Termasuk ke dalam subsistem ini adalah jasa keuangan, perkreditan, asuransi, transportasi (darat, laut, udara), pergudangan, pendidikan, penelitian, pelatihan, periklanan, dan sistem informasi-komputerasi.
5. Mengembangkan *entrepreneur* dan perusahaan keluarga/kecil/menengah dan besar dalam sistem yang terintegrasi mulai dari hulu-hilir sampai pemasaran hasil komoditas pertanian, perikanan, dan kehutanan (segar maupun olahan). Termasuk didalamnya adalah kegiatan distribusi, perdagangan, promosi, informasi pasar, serta intelijen pasar (*market intelligence*) agar bisa bertahan di pasar domestik dan bersaing di pasar global.

Pengembangan *entrepreneur* dan bisnis dalam sistem dan usaha agribisnis tropika diharapkan dapat menghasilkan pembentukan modal yang lebih realistis dan berkesinambungan dan masih terjangkau rakyat Indonesia kebanyakan. Ditinjau dari berbagai sisi, kemampuan sumberdaya manusia Indonesia relatif memadai. Tingkat pendidikan dan ketrampilan mereka serta tempat tinggal mereka relatif *fit* dengan kegiatan bisnis di desa (sejuta warga Indonesia menjadi tulang punggung agribisnis di Malaysia). Infrastruktur jalan, jembatan, jaringan listrik, dan telekomunikasi relatif memadai. Lahan tropis vulkanik memiliki keunggulan komparatif (lebih subur) dan lebih luas (dari Aceh paling barat hingga Papua paling timur dan dari Pulau Miangas paling utara hingga Pulau Rote paling selatan) dibanding untuk pengembangan bisnis lainnya. Wilayah Indonesia yang berada dalam *ring of fire* memiliki potensi luar biasa sumber energi alam panas bumi yang dalam waktu singkat dapat dikonversi menjadi energi pemanas dan listrik hijau (bersih-tak berpolusi). Selain itu, pengembangan *entrepreneur* di sektor agribisnis membuat keterlibatan masyarakat luas sebagai basis pembangunan

juga makin nyata karena sebagian besar masyarakat Indonesia lebih banyak di wilayah pinggir kota dan desa. Dalam konteks seperti ini, pertumbuhan ekonomi dan pemerataannya dapat sekaligus terjadi di perkotaan dan di perdesaan.

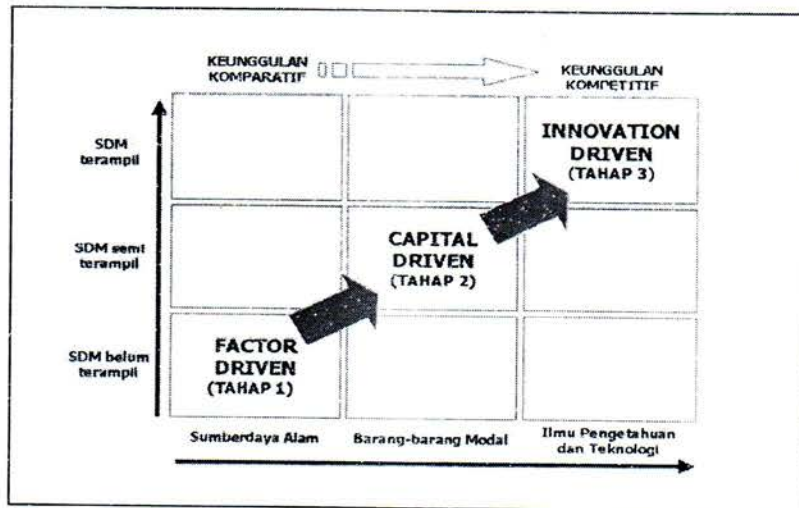
Negara-negara maju sebagian besar kegiatan ekonominya telah sampai pada tahap pembangunan ekonomi yang digerakkan oleh ilmu pengetahuan dan teknologi (*people based* atau *innovation driven*). Di negara maju sumberdaya manusianya berpendidikan menengah-tinggi, barang dan jasa yang dihasilkan sebagian besar juga berbasis teknologi tinggi (bioteknologi, robotik, mikroelektronik, mikrobiologi). Pada saat yang bersamaan, Indonesia saat ini berada pada tiga tahap perkembangan sekaligus, dimana sebagian besar penduduknya berpendidikan dan berpenghasilan rendah, namun sebagian berpendidikan tinggi dan sebagian kecil sangat tinggi.



Gambar 2. Lingkup Pembangunan Sistem Agribisnis

Indonesia memiliki: (1) sumberdaya alam (*natural resources*), seperti sumberdaya keragaman hayati (*biodiversity*), lahan dan air, agroklimat, dan yang terkait dengannya; belum terolah dengan baik, (2) sumberdaya manusia (*human resources*), sebagian besar belum berpendidikan menengah dan tinggi, (3) sumberdaya/modal sosial (*socio capital*) seperti kelembagaan lokal, nilai-nilai sosial, *etno-technologies/ indigeneous technologies*, kearifan lokal (*local wisdom*) dan lain-lain masih sangat besar peranannya, (4) sumberdaya yang dihasilkan dari interaksi ketiga sumberdaya tersebut (*man-made resources*) seperti barang-

barang modal, inovasi-teknologi, manajemen, dan organisasi, sebagian besar masih dalam kelompok sedang. Harus diakui, bahwa pembangunan ekonomi Indonesia sebagian besar masih mengandalkan kelimpahan sumberdaya alam dan SDM belum terampil (*natural resources and unskilled labor based*) atau *factor-driven* (Pambudy, dkk. 2005)



Gambar 3. Tahap Perkembangan Pengetahuan dan SDM

Pada tahap ini antara lain ditandai oleh peningkatan *output* agribisnis yang diperoleh dengan memperluas areal usahatani dan mendiversifikasi usahatani sesuai dengan potensi wilayah. *Output* akhir didominasi oleh komoditi pertanian primer (bahan mentah), sehingga kemampuan penetrasi pasar rendah, segmen pasar yang dimasuki terbatas dan nilai tambah (pendapatan) yang dinikmati sebagian rakyat masih juga relatif rendah. Jika *entrepreneurship* diimplementasikan maka percepatan pembentukan modal dapat makin tinggi.

Tahapan kedua digerakkan oleh penggunaan barang-barang modal dan SDM lebih (semi) terampil (*capital and semi-skilled labor based*) atau *capital-driven* pada setiap subsistem agribisnis. Pada tahap ini antara lain ditandai oleh peningkatan produktivitas dan nilai tambah sebagai sumber pertumbuhan *output* total agribisnis, baik akibat peningkatan penggunaan barang-barang modal maupun akibat peningkatan mutu sumberdaya manusia, sedangkan dari segi *output* akhir agribisnis, tahap ini dicirikan oleh dominasi produk agribisnis bentuk olahan (diversifikasi produk) yang sesuai

dengan permintaan pasar, sehingga kemampuan penetrasi pasar meningkat, segmen pasar yang dimasuki makin luas (peningkatan pangsa pasar) dan nilai tambah (pendapatan) yang dinikmati rakyat daerah meningkat. Pada tahap ini, *entrepreneur* diharapkan mampu memberikan sumbangan besar dalam pengembangan ekonomi nasional. Dalam tahapan ini pula pikiran Hernando de Soto menjadi sangat aplikatif dan dapat menjadi solusi dalam memecahkan berbagai persoalan ekonomi.

Sebagian kecil rakyat Indonesia juga seperti halnya negara maju, berada pada tahap ketiga yang digerakkan oleh ilmu pengetahuan dan teknologi dan SDM terampil (*knowledge and skilled labor based*) atau *innovation-driven*. Pada tahap ini ditandai dengan peningkatan produktivitas dan nilai tambah yang makin besar akibat inovasi teknologi dan SDM terampil pada seluruh subsistem agribisnis, sedangkan pada produk akhir agribisnis ditandai oleh peningkatan pangsa produk yang bernilai tambah tinggi (*high value*), diversifikasi produk sesuai dengan segmen-segmen pasar yang berkembang, sehingga pendapatan yang diterima juga akan semakin meningkat.

Tahap *innovation driven* ini hampir tidak memiliki batas. Sepanjang inovasi teknologi terus terjadi maka produk-produk baru dan bernilai tambah tinggi akan selalu dihasilkan. *Entrepreneur* negara maju seringkali mendapatkan manfaat dalam kondisi seperti ini. Sumberdaya manusia yang pada dasarnya sudah terampil, berpengetahuan tinggi dan memiliki jiwa dan semangat *entrepreneurship* yang tinggi akan mendapat manfaat yang luas dalam situasi seperti ini (tahap *innovation driven*). Republik Rakyat Cina, Malaysia, Australia, India, Israel, Taiwan, Jepang, Brazil, dan Amerika Serikat adalah beberapa contoh negara-negara yang memiliki SDM seperti ini sehingga pengembangan sistem dan usaha agribisnisnya hampir tak terbatas. Pengembangan bioteknologi dan bioprosesing mereka sudah mencapai serta memanfaatkan *nano* teknologi (Canton, 2006).

Dengan mempertimbangkan keunggulan komparatif modal, sumberdaya manusia yang tersedia, sumberdaya alam *biodiversity* tropika dan sumberdaya sosial yang ada saat ini maka keunggulan kompetitif akan lebih mudah dibangun dan lebih berkelanjutan. Saat ini, yang dibutuhkan adalah kesamaan persepsi dan visi diantara masyarakat, antara masyarakat dengan para pemimpinnya, dan diantara para pemimpin itu sendiri. Pada akhirnya dibutuhkan bukan hanya negara dan pemerintah yang dipimpin para pemimpin biasa saja, tetapi para pemimpin bervisi *entrepreneur*, jauh ke depan dan adil (*visionary and fair*). Pemimpin itu adalah sosok yang lebih mementingkan rakyatnya dari

pada diri, lingkungan terdekatnya dan keluarganya. Pemimpin berkarakter kuat, cerdas, dan bersih agar menghasilkan pemerintahan kuat, cerdas, bersih dan baik pula (*strong, smart, clean, and good governance*). Pemimpin seperti itu perlu agar tercipta pemerintahan yang kuat, efektif dan efisien. Pemimpin seperti itu akan bisa menjalankan pemerintahannya dengan baik, karena dipercaya dan mendapat legitimasi kuat dari masyarakatnya. Para pemimpin inilah yang kelak akan bersaing dengan pemimpin negara dan bangsa-bangsa lain di dunia.

Persaingan pada era global adalah persaingan pada semua lini, semua sektor, semua tingkat dan semua komoditas. Inti dari persaingan era global adalah persaingan total. Karena itu, keunggulan komparatif saja tidak akan pernah bisa memenangkan persaingan yang ketat ini. Dalam sistem dan usaha agribisnis memang yang bersaing adalah para *entrepreneur* dan para pemimpin usaha agribisnisnya, tetapi agar bisa memenangkan persaingan maka semua unsur pendukungnya juga harus efektif dan efisien supaya bisa menang bersaing.

Daftar Pustaka

- Burns P. 2007. *Entrepreneurship and Small Business* (2nd Ed.). Palgrave MacMillan. Hampshire.
- Canton J. 2006. *The Extreme Future: The Top Trends That Will Reshape the World in the Next 20 Years*. Institute for Global Futures, Inc.
- Kotler P, S Jatusripitak, and S Maesincee. 1997. *The Marketing of the Nations*. The Free Press. NY.
- Lydall H. 1992. *The Entrepreneurial factor in Economic Growth*. MacMillan Academic and Professional Ltd. London.
- Nickels WG, JM Mchugh, and SM McHugh. 2005. *Understanding Business* (Edition 7). McGraw-Hill Irwin. New York.
- Omar S. 2006. *Malay Business : Revivalism Through Entrepreneurship*. Pelanduk Publications. Selangor.
- Pambudy R, dkk. 2005. *Bisnis dan Kewirausahaan dalam Sistem Agribisnis*. Pustaka Wirausaha Muda. Bogor.