

# PASAR INDUK SAYUR MAYUR DI INDONESIA DAN BEBERAPA NEGARA

Oleh: Ir. Teddy Setiadi \*)

## PENDAHULUAN

Perekonomian Indonesia tidak terlepas dari gejolak lingkungan strategis yang terus berkembang secara dinamis. Perkembangan perubahan dan gejolak internasional tersebut ditandai oleh gejala globalisasi yang dapat mempengaruhi stabilitas nasional dan ketahanan nasional. Globalisasi yang didorong kemajuan pesat di bidang teknologi, terutama teknologi telekomunikasi, menyebabkan semakin derasnya arus informasi.

Kondisi dewasa ini dengan perekonomian yang semakin kompleks dan kompetitif menuntut tingkat efisiensi yang tinggi. Pergerakan kearah efisiensi menuntut penggunaan teknologi maju, kemampuan managerial dan profesionalisme dalam pengelolaan usaha agribisnis. Teknologi dan informasi usaha dan pasar dengan berbagai karakteristiknya menjadi suatu komponen dalam fungsi produksi dan pemasaran mulai dari tingkat makro sampai tingkat mikro.

Suatu informasi akan memberikan kontribusi maksimal apabila informasi tersebut dapat dipercaya, up to date dan mewakili. Informasi yang memenuhi kriteria di atas dan tepat waktu secara tidak langsung akan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas suatu usaha.

Dalam rangka mendorong sektor agribisnis di Indonesia, pengembangan sistem informasi pasar merupakan suatu keharusan. Mengingat informasi pasar sangat diperlukan sejalan dengan upaya pemerintah dalam pergeseran paradigma dari orientasi produksi ke orientasi pendapatan, informasi pasar merupakan sarana penunjang agar signal pasar menjadi dasar bagi penentuan jenis produksi yang dihasilkan oleh produsen/petani. Oleh karena itu pola pengembangan pasar agribisnis secara tidak langsung akan berdampak positif terhadap pendapatan petani yang pada gilirannya mengurangi kemiskinan.

Memperhatikan hal tersebut diatas, keragaan pasar induk di Indonesia dan di beberapa negara lain



akan diuraikan dengan harapan dapat memberikan gambaran yang cukup jelas dan dapat dijadikan acuan untuk peningkatan efisiensi dan efektivitas distribusi sayur-mayur di Indonesia.

## INDONESIA

Pasar induk di Indonesia masih dikelola secara regional, selain itu jumlahnya masih sangat terbatas. Pasar Induk sayur-mayur yang terbesar adalah Pasar induk Kramat Jati yang berlokasi di Jakarta Timur.

## PASAR INDUK KRAMAT JATI

### A. Organisasi

- a. Pasar Induk Kramat Jati adalah unit usaha Perusahaan Daerah Pasar Jaya. Fungsinya sebagai pusat perdagangan dan terminal pengadaan, penyimpanan, serta penyaluran sayur mayur dan buah-buahan. Lingkup kegiatannya tidak saja secara lokal, juga regional maupun nasional.
- b. Pasar Induk Kramat Jati sebagai unit Usaha PD. Pasar Jaya, dalam pengelolaannya bersifat mencari keuntungan/laba.
  - Minimal 80 % dari laba di setor ke Kantor Pusat.
  - Maksimal 20 % dari laba digunakan untuk pengembangan Pasar Induk dan jasa produk pegawai.
- c. Pasar Induk menyelenggarakan fungsi dan fasilitas sebagai berikut:
  - Mengatur usaha sortasi, seleksi, standarisasi dan pengepakan.
  - Mengatur kegiatan angkutan, bongkar muat dan pergudangan.
  - Menyediakan fasilitas umum, seperti Bank, telepon, listrik, air, perkantoran, pergudangan, dan fasilitas pendukung lainnya.

\*) Alumnus Fatemeta IPB, 1974, Dirjen Perdagangan dalam Negeri, Depdagri.

## B. Skema Distribusi Sayur Mayur dan Buah-Buahan

Pada umumnya sayur mayur dan buah-buahan yang masuk ke Pasar Induk Kramat Jati berasal dari pedagang besar yang membeli langsung dari pedagang pengumpul/petani di sentra produksi.

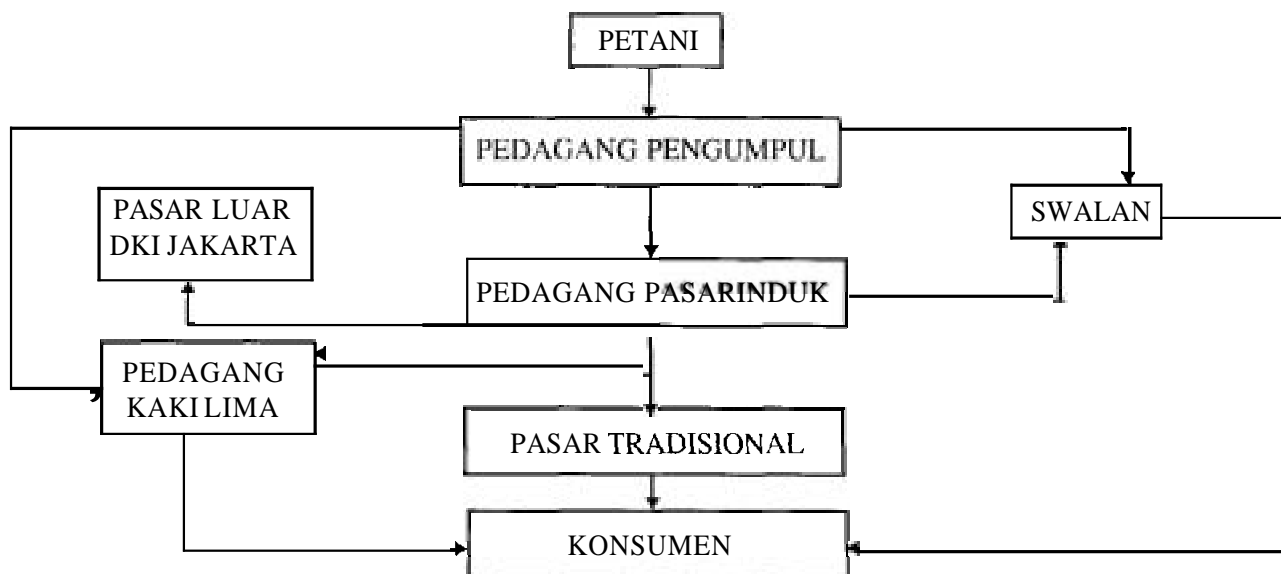
Sayur mayur yang masuk sebagian besar dari Jawa Barat, Jawa Tengah, Sumatera Utara dan Sumatera Selatan. Contoh rantai pemasaran cabe melalui Pasar Induk Kramat Jati (PIKJ) sebagaimana pada Gambar I.

## C. Kegiatan Pengadaun

Dalam melaksanakan fungsinya sebagai pusat perdagangan sayur mayur dan buah-buahan, Pasar Induk Kramat Jati juga memonitor jumlah volume sayuran dan buah-buahan yang masuk. Jumlah volume pemasukan sayur pada tahun 1998 adalah sebesar 371.201 ton. Jenis komoditi sayur utama yang masuk adalah kol, sawi, cabe merah, kentang, bawang merah, dan wortel.

Sedangkan untuk komoditi buah utama yang masuk ke Pasar Induk Kramat Jati adalah pisang, jeruk slam, semangka, manggis, melon, apel dan anggur. Pada tahun 1998 jumlah volume pemasukan buah sebesar 222.529 ton.

Gambar I, RANTAI PEMASARAN CABE MELALUI PIKJ



Sumber: Hasil Penelitian Kerjasama LPEM-UI dan Ditjen PDN (Dcpperindag) TA 1997/1998.

## JEPANG

### A. Lokasi

Di Jepang terdapat 88 pusat pasar induk di 56 kota, 72 pasar buah dan sayur (di 55 kota) serta 54 pasar ikan (di 46 kota) dan 22 pasar bunga (di 18 kota) serta 10 pasar caging (di 10 kota).

Jumlah pasar induk yang ada di Tokyo sebanyak 11 buah, khusus komoditi sayur dan buah terdapat 9 pasar induk yang rata-rata per hard menangani 9.940 ton dengan nilai 2.6 milyar yen pada tahun 1993. Pasar Induk Ohta adalah pasar terbesar yang berada di Tokyo yang menangani 3.272 ton

sayur-sayuran dan buah-buahan per harinya. Jenis sayuran yang dijual dalam jumlah besar adalah kol, bawang, kentang. Untuk jenis buah yang terbanyak dijual adalah buah jeruk yaitu hampir sekitar 20% dari total buah yang dijual.

### R. Organisasi

Di Jepang sistem pendistribusian komoditi buah-buahan, sayur mayur, bunga, ikan dan daging dilakukan melalui "wholesale Market" (pasar induk) yang operasionalnya diatur dengan Undang-undang "Wholesale Market Law". Namun demikian, terdapat juga pendistribusian yang tidak melalui pasar induk melainkan

langsung dari **Produsen** ke Pengecer, meskipun jumlahnya relatif kecil.

Peraturan Pasar Induk (*Wholesale Market Law*) diterbitkan pertama kali pada tahun 1923, kemudian direvisi tahun 1971. Pada dasarnya pemerintah daerah mengatur **Pusat** Pasar Induk, sedangkan harga ditetapkan saat pelaksanaan lelang.

Dalam mekanisme pelelangan, para **broker/** pedagang besar mendapatkan komisi sebesar 8,5% untuk sayur-sayuran dan 7% untuk buah-buahan.

Ada 2 (dua) **macam** pasar induk di Jepang, yaitu:

### 1. *Central Wholesale Market (CWM)*

Dalam melaksanakan kegiatannya CWM memperoleh ijin dari **Departemen** Pertanian, Kehutanan dan Perikanan yang mengacu kepada *Wholesale Market Law*. Modal CWM 100% adalah milik Pemda setempat (*Local Government*).

### 2. *Local Wholesale Market (LWM)*

Dalam melaksanakan kegiatannya LWM memperoleh ijin dari Governor of the Prefecture yang tetap mengacu kepada *Wholesale Market Law*. Modal LWM berasal dari Pemda setempat (*Local Government*) dan Swasta.

## C. *Sistem distribusi*

Para produsen dapat berhubungan dengan koperasi maupun **perantara** di wilayahnya untuk menjual hasil produksinya. Selanjutnya sayur dan buah didistribusikan ke Pusat-pusat pasar induk. Setibanya di lokasi, komoditi **dikumpulkan** di suatu tempat dalam rangka pelelangan. Petugas kesehatan melakukan pemeriksaan komoditi yang akan dilelang. Jika komoditi **tersebut** setelah diperiksa tidak memenuhi syarat maka dilarang untuk dijual. Pelelangan dilaksanakan pada jam 5 s.d 9 pagi.

Di dalam *Wholesale Market Law* disebutkan bahwa pedagang grosir (*Wholesaler*) **harus** membeli sayur dan buah dari **produsen** dan kemudian menjualnya kepada pedagang perantara (*middle-man*) melalui lelang.

Namun pada kondisi tertentu pedagang grosir dapat menjual langsung kepada pedagang perantara **tanpa** lelang apabila:

- Penyerahan barang dari **produsen** ke pedagang grosir **setelah** pelaksanaan lelang selesai.

**Setelah** pelaksanaan lelang terdapat komoditi yang tersisa.

Pelaku niaga yang terlibat dalam CWM maupun LWM harus memperoleh ijin terlebih dahulu dari Departemen Pertanian, Kehutanan dan Perikanan atau dari Local Government.

Kegiatan di pasar sayur dan buah buka selama 24 jam per harinya **tanpa** ada hari libur. Para pedagang di pasar induk ini melayani juga penjualan secara eceran.

Skema CWM sebagaimana pada **Gambar 2**.

## **BELANDA**

### A. *Lokasi*

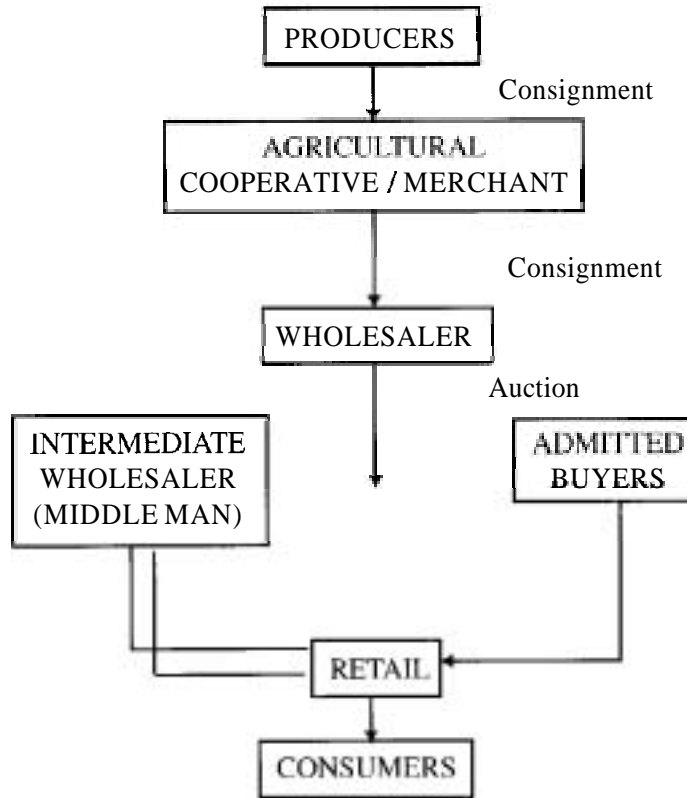
*Wholesale* sayuran dan buah-buahan terdapat di 4 (**empat**) tempat yaitu di Amsterdam, Rotterdam, Dan Haag (Leidschendam) dan Utrecht. Disamping itu di Belanda terdapat 700 (tujuh ratus) wholesale company buah-buahan dan sayuran.

### B. *Organisasi*

*Wholesale market* yang berada di Amsterdam dan Rotterdam berada dibawah pengawasan Pemerintah Daerah setempat, sedangkan *wholesale* yang berada di Dan Haag (Leidschendam) dan Utrecht dibawah organisasi perkumpulan pemsahaan *wholesale* sendiri.

### C. *Pengoperasian Pasar*

Pengadaan buah-buahan dan sayuran untuk *wholesale market* sebagian besar (70 %) berasal dari lelang sedangkan selebihnya (30 %) langsung dari produsen/petani.



**THAILAND**

**A. Lokasi**

Di seluruh Thailand terdapat 47 Pasar Induk yaitu 14 Pasar Induk Sayur dan Buah, 4 Pasar Induk Beras/Padi, 7 Pasar Induk Karet, 8 Pasar Induk Ternak dan 14 Pasar Induk Perairan. Di Bangkok terdapat 2 Pasar Induk Sayur dan Buah dan 1 Pasar Induk Hasil Perairan.

**B. Organisasi**

Peraturan pendirian Pasar Induk Hasil Pertanian diterbitkan oleh Dirjen Perdagangan Dalam Negeri, Kementerian Perdagangan Thailand. Isi peraturan tersebut antara lain:

Untuk mendapatkan izin pendirian Pasar Induk Sayur dan buah, perusahaan perorangan, perseroan terbatas, koperasi atau perkumpulan para petani harus menguasai tanah minimal 16.000m<sup>2</sup> serta memiliki atau menyediakan tempat penyimpanan barang.

**C. Pengoperasian Pasar**

Pasar Induk Sayur dan Buah buka 24 jam sehari tanpa ada hari libur. Pasar induk Thailand aman, tertib dan bersih karena hal ini merupakan persyaratan yang disebutkan dalam peraturan.

**AUSTRALIA**

**A. Lokasi**

*Wholesale* sayuran, buah-buahan dan bunga berada di *Flemington Sydney Market* di Sydney. Pasar ini juga merupakan pusat ekspor sayuran, buah-buahan dan bunga.

**B. Organisasi**

Pasar dikelola oleh *Sydney Market Authority* (SMA) dimana authority ini dibentuk oleh pemerintah negara bagian *New South Wales* (NSW) dan dibawah tanggung jawab Menteri Pertanian negara bagian NSW. Jumlah anggota *Authority* sebanyak 9 orang yang mewakili pemerintah, pedagang, petani (sayur, buah dan bunga) dan buruh. *Authority* bertanggung jawab mengenai pengadaan, pemeliharaan, pengawasan, dan pengoperasian pasar. *Authority* juga membentuk Pusat Promosi, untuk mempromosikan sayuran, buah-buahan dan bunga. *Authority* memberi laporan tahunan kepada Menteri Pertanian negara bagian NSW untuk diteruskan ke Parlemen negara bagian *New South Wales*.

### C. Pengoperasian Pasar

#### 1. Cara Penjualan

Ada beberapa cara penjualan yang dilakukan di Flemington Sydney Market adalah sebagai berikut:

- a. Penjualan langsung oleh petani.
- b. Melalui pedagang dengan 3 cara yang dilakukan yaitu:
  - Melalui Agen  
Dengan cara ini agen akan mendapatkan komisi sekitar 10 % dari hasil penjualan produk milik petani.
  - Melalui Pedagang (Merchant Basis)  
Petani menjual kepada pedagang, dan selanjutnya pedagang akan menjual kepada konsumen akhir.
  - Melalui Agen dan Pedagang  
Cara ketiga ini merupakan penjualan produk yang dapat dilakukan melalui agen, tapi bisa juga pada waktu yang bersamaan dilakukan melalui pedagang.

#### 2. Lain-lain

Pasar buka dari hari Senin sampai dengan Jum'at. Disamping itu, pasar ini juga melakukan penjualan dalam partai kecil pada setiap akhir pekan (Sabtu dan Minggu).

Semua sayuran, buah-buahan dan bunga yang dikirimkan ke pasar pusat harus disertai dokumen yang menunjukkan jumlah barang, jenis barang, tanggal pengiriman, dan negara bagian dimana produk ditanam.

### D. Peran Pemerintah

Untuk pemeriksaan segala aspek yang bersangkutan dengan Sydney Market Authority (SMA), badan legislatif parlemen New South Wales membentuk komite yang terdiri dari anggota parlemen dari partai liberal, partai nasional dan partai buruh. Komite ini bertugas antara lain:

- a. Memeriksa keuangan, administrasi, manajemen Authority dalam mengelola pasar.
- b. Memeriksa tuntutan yang diajukan oleh Asosiasi pedagang bila ada, yang berhubungan dengan sewa tempat dan peraturan-peraturan yang dikeluarkan oleh SMA.

### PENUTUP

Pada dasarnya rencana pengembangan pasar induk/wholesale market di Indonesia telah dilakukan sejak lama, antara lain Departemen Pertanian mengajukan konsep pembangunan **Terminal Agribisnis** di daerah sentra konsumen. Terminal Agribisnis tersebut membutuhkan dukungan **Sub-terminal** yang berada di sentra produksi yang memiliki fasilitas rumah kemasan (packing house). Sub-terminal bertindak pula sebagai pemasok komoditas untuk Terminal Agribisnis. Kegiatan yang dilakukan Terminal Agribisnis antara lain meliputi pula pengawasan mutu, penerimaan barang dan transaksi komoditas, pengelolaan bangunan, peralatan dan infrastruktur serta pengelolaan terminal dan lingkungan.

Adapun konsep pengembangan wholesale market Depperindag saat ini adalah dengan **mengembangkan Pusat Distribusi di daerah konsumen** terutama di daerah perkotaan. Pengembangan Pusat Distribusi ini diikuti pula pengembangan **Pasar Desa/Lokal dan Pasar Lelang Lokal** di sentra produksi. Pasar Lelang Lokal akan dilengkapi dengan fasilitas sortasi, packaging dan penyimpanan, sedangkan pusat distribusi di daerah konsumen akan disediakan fasilitas pergudangan, perbankan dan penyebaran informasi.

Mengingat masih besarnya fluktuasi harga sayur-mayur di Indonesia dan masih terbatasnya sarana pasar induk yang ada, perlu adanya konsep pengembangan pasar induk secara nasional yang dilandasi oleh suatu ketentuan hukum yang kuat sehingga tercapai kesatuan konsepsi bagi pihak-pihak yang berkepentingan dan penggunaan dana dapat lebih terarah. ■