TERMINAL AGRIBISNIS : PATOK DUGA DAN BELAJAR DARI NEGARA JEPANG

Oleh Prof. Dr. Ir. E. Gumbira-Said, MADev *)

PENDAHULUAN

Dimasa Orde Baru, kebijaksanaan pembangunan pertanian lebih banyak dilakukan pada upaya peningkatan produksi, sehingga seringkali terjadi kelebihan pasokan yang sulit diserap oleh pasar. Disisi lain terdapat kekurangan pasokan pada komoditas lain. Paradigma yang menganggap pasokan dapat menciptakan permintaan harus ditinggalkan dan dialihkan ke paradigma baru yang berorientasi pada permintaan konsumen, yakni memproduksi sesuai dengan kebutuhan dan selera konsumen.

Pendekatan komoditas yang berfokus pada *self sufficiency* harus mulai digeser menjadi pendekatan agribisnis yang sarat dengan penciptaan nilai tambah dan berorientasi pada keuntungan. Pendekatan kecukupan pangan yang berorientasi kepada produksi pangan hendaknya mulai digeser menjadi keamanan pangan yang berorientasi pada ketersediaan dan daya beli masyarakat. Ketersediaan pangan dapat didekati melalui kombinasi antara diversivikasi pangan, pengembangan jenis pangan baru, produksi pangan dan impor pangan, serta peningkatan daya beli masyarakat melalui pengembangan usaha-usaha yang produktif dan bernilai tambah tinggi. Dengan demikian, pendekatan produksi bukanlah satu-satunya pendekatan yang mampu mencukupi kebutuhan pangan masyarakat

Oleh karena itu untuk mengantisipasi datangnya era pemberdayaan agribisnis dan agroindustri Indonesia, maka struktur pasar industri harus dibenahi. Dalam kaitan ini telah timbul berbagai pemikiran mengenai pentingnya disediakan terminal agribisnis, yang mampu mengoptimalkan pemasaran produkdalam negeri.

Dominasi pemerintah harus mulai dilepas dan sektor swasta terutama sektor usaha kecil dan menengah serta koperasi harus diberdayakan. Peranan pemerintah sebagai lembaga pelayanan masyarakat harus ditegaskan untuk menjadi fasilitator dalam pengembangan ekonomi bangsa, bukannya berperan sebagi pelaku. Selain itu peranan swasta dalam transfer teknologi harus terus dipacu dan kemampuan usaha kecil, menengah dan koperasi dalam menerapkan teknologi yang tepat harus ditingkatkan. Begitu juga dalam pembangunan pertanian dalam konteks agribisnis dan agroindustri perlu digencarkan menggantikan pembangunan pertanian yang konvensional dan mengupayakan terciptanya sistem agribisnis yang berkelanjutan. Dengan demikian, penerapan teknologi agribisnis mutlak harus dilaksanakan untuk menciptakan agribisnis Indonesia yang tangguh dan mampu bersaing di pasar global.

Oleh karena itu untuk mengantisipasi datangnya era pemberdayaan agribisnis dan agroindustri Indonesia, maka struktur pasar industri harus dibenahi. Dalam kaitan ini telah timbul berbagai pemikiran mengenai pentingnya disediakan terminal agribisnis, yang mampu mengoptimalkan pemasaran produkdalam negeri.

Bagian utama dari tulisan ini mencoba menggali berbagai informasi yang penting dari hasil seminar "Marketing System for Agricultural Products", 14 – 24 Mei 1996 di Jepang, yang diselenggarakan oleh Asian Productivity Organization, Tokyo (Sidhu, 1997). Fokus utama yang dipaparkan adalah patok duga untuk terminal agribisnis.

Berbagai permasalahan dan isu yang biasa dihadapi dalam pemasaran hasil agribisnis di wilayah Asia (Yanagi, 1997) dipaparkan di bawah ini.

(1) Tidak cukupnya infrastruktur pasar dan fasilitasnya berupa jalan, pelabuhan, serta rangkaian fasilitas penyimpanan, pengemasan dan pengolahan.
(2) Terjadinya kehilangan pasca panen atau pemasaran akibat penanganan dan pengemasan yang tidak sesuai.
(3) Kurang tepatnya grading (pengkelasan) serta standarisasi dari produk-produk hasil panenan.
(4) Terjadinya ketidak stabilan harga akibat pengaruh musim produksi dan kondisi pasar dunia.
(5) Kurang baiknya mekanisme penentuan harga

*) Direktur Akademik MMA-IPB dan
Staf Pengajar Teknologi Industri Pangan IPB

yang berlaku.

(6) Tidak cukupnya informasi pemasaran/intelejens pasar, khususnya dalam rangkaian pengumpulan, analisa dan penyebar luasan informasi yang relevan.

(7) Langkanya kegiatan penelitian dan studi pemasaran yang memadai.

(8) Sulitnya akses petani kecil pada kredit pemasaran.

(9) Langkanya jasa perluasan pasar yang memadai.

(0) Tidak cukupnya sokongan pemerintah dalam hal kebijakan dan pengembangan pasar.

Tujuan kebijakan distribusi produksi agribisnis seyogianya diarahkan untuk mencapai kinerja pemasaran yang optimal. Ini berarti semua pihak yang terlibat, baik produsen, konsumen, pemerintah maupun berbagai lembaga swadaya masyarakat pengamat masalah sosial dan ekonomi terpuaskan. Di bawah ini dikemukakan berbagai elemen yang seyogianya diakomodasikan dalam kebijakan tersebut.

(1) Siapkan berbagai macam saluran pemasaran yang dapat diandalkan pleh para produsen.

(2) Lengkapi informasi pasokan dan kebutuhan produk agribisnis dalam sistem distribusi.

(3) Mantapkan pembentukan harga melalui interaksi antara jumlah pasokan dan kebutuhan.

(4) Siapkan fasilitas bangunan dan sarana pemasaran lainnya sesuai dengan daya simpan produk.

(5) Pisahkan kegiatan pemasaran dari kegiatan distribusi fisik komoditi-komoditi agribisnis tersebut.

(6) Amankan keselamatan dan kesehatan konsumen dengan menjamin kondisi produk agribisnis yang baik.

Contoh dari ITOZAKI WAREHOUSE Co. Ltd

Perusahaan Itozaki berada di kota Mihara, prefektur Hiroshima, Jepang dan berdiri sejak tahun1921. Pada tahun 1995 perusahaan tersebut memiliki aset (paid in capital) sekitar 96 juta yen dan omset (turnover) tahunan sebesar 700 juta Yen, dengan tenaga kerja terlibat sekitar 35 orang. Perusahaan tersebut memiliki lisensi bisnis untuk pergudangan umum, transportasi, asuransi perantaraan (insurance brookerage), kawasan berikat, kegiatan karantina tanaman serta penggudangan biji-bijian dan tembakau.

Perusahaan tersebut sebelumnya hanya memiliki usaha penggudangan pangan mulai tahun 1932. Pada tahun 1949 perusahaan menerima kontrak dari Badan Pangan Jepang (MAFF) untuk penyimpanan pangan dalam skala besar. Pada tahun 1980 dan 1990-an perusahaan tersebut mengembangkan penggudangan beku di Fukuyama dan mendirikan suatu pusat distribusi di Bofu. Perusahaan tersebut juga mengoperasikan fasilitas dermaga perdagangan yang mampu mengakomodasikan kapal dengan muatan 20 000 ton.

Perusahaan juga memiliki gudang untuk penyimpanan umum dimana daun tembakau, kertas, bahan pangan, berbagai mesin, produk kimiawi, pupuk dan berbagai komoditas lainnya disimpan pada suhu ruang. Selain itu tiga gudang yang suhunya dipertahankan pada 15° C digunakan untuk menyimpan cadangan beras pemerintah, dan gudang beku digunakan untuk menyimpan ikan segar serta berbagai produk marina yang dikapalkan dari daerah Kanto.

Pelajaran yang dapat ditarik dari perusahaan di atas dikemukakan di bawah ini.

(1) Fasilitas penggudangan yang efisien sangat penting disediakan untuk menjamin kelancaran distribusi produk hasil agribisnis dan untuk menjamin pasokan komoditi yang stabil.

(2) Suatu sistem penanganan, transportasi dan penyimpanan pangan yang baik sangat penting dibentuk untuk mempertahankan kesegaran dan mutu pangan tersebut.

(3) Suatu perusahaan pergudangan swasta juga dapat digunakan untuk penyimpanan keamanan pangan, walaupun biasanya hal tersebut menjadi tanggung jawab pemerintah.

(4) Peranan sektor swasta sangat penting dalam mempromosikan distribusi pangan yang efisien.

(5) Sektor swasta harus disokong untuk melakukan penanaman modal dalam penyediaan fasilitas pergudangan untuk mengurangi kehilangan pasca panen dan mempromosikan pemasaran yang modern.

(6) Ada suatu kebutuhan yang nyata akan perlunya manajemen yang baik untuk sumber daya pangan yang strategis bagi setiap bangsa.

(7) Fasilitas pergudangan idealnya sangat tepat bila ditempatkan dekat dengan sarana transportasi, seperti jalan raya, dermaga dan stasiun kereta api yang memadai.

(8) Penggunaan teknologi modern pada penanganan komoditas mampu meminimalkan kehilangan pasca panen dan mampu meningkatkan efisiensi.

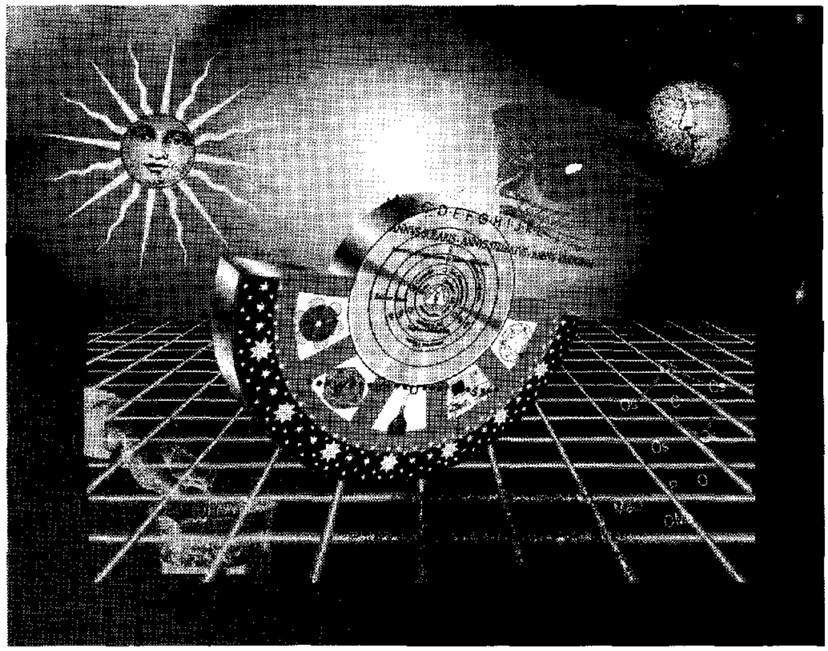
(9) Adanya spesialisasi pada berbagai aspek

distribusi pangan, seperti penggudangan dapat merupakan suatu opsi yang layak dalam meningkatkan efisisensi pemasaran suatu negara .

(0) Penyimpanan beras pada suhu terkontrol (15°)C dapat mempertahankan mutu dan nilai beras tersebut.

Contoh kasus Koperasi Pertanian INNOSHIMA dan BINAN

Koperasi pertanian Innoshima terletak di kota Innoshima, yang merupakan suatu pulau dengan total luasan lahan 39,55 Km^2. Karena keadaan pulaunya berbukit dan memiliki udara yang sejuk, pulau tersebut merupakan suatu pulau yang ideal untuk budidaya buah dan sayuran. Jumlah populasi penduduk pulau tersebut adalah 31 568 jiwa, dengan 11 956 rumah tangga dan 1 784 diantaranya rumah tangga pertanian, dimana 661 diantaranya petani sesungguhnya (full timer).



Lahan budidaya total adalah 806 Ha, dimana 622 Ha diantaranya ditanami buah-buahan, 179 Ha untuk budidaya tanaman lainnya dan hanya 5 Ha untuk padi. Buah yang ditanam terutama adalah jeruk, yang dipasarkan ke pasar Kobe, Osaka dan Hiroshima. Sayuran yang dibudayakan termasuk kacang (pea), kentang, wortel, lada, bawang merah, kacang merah, ubijalar dan labu,. Hasil-hasil tanaman tersebut dikapalkan dan dijual ke pasar Tokyo, Osaka, Okayama dan Hiroshima.

Koperasi Hiroshima memiliki suatu organisasi promosi buah jeruk. Organisasi tersebut memiliki cabang di berbagai daerah untuk mendiskusikan perencanaan pengapalan produk jeruk koperasi tersebut. Rencana tersebut merupakan konsolidasi dari rencana pengapalan masing-masing anggota rumah tangga. Petani diperbolehkan memetik dan membawa jeruknya kepada cabang pusat pengumpulan, atau membolehkan koperasi untuk memetik jeruk di lahannya. Hasil panenan kemudian disortasi dan diklasifikasikan pada sarana milik koperasi. Setelah diseleksi jeruk tersebut kemudian dibawa ke Federasi Ekonomi Koperasi Pertanian (EFAC), yang selanjutnya mengirimkannya ke berbagai pasar di kota besar. Untuk jasa sortasi dan pengkelasan (grading), koperasi induk mendapat komisi 1 % dari total penjualan, dan 3 Yen per Kg jeruk dari petani. Lembaga Federasi (EFAC) mendapat komisi 1/2 %, sedangkan pasar induk mendapat komisi 7 %. Saluran pemasaran sayuran yang berlaku mirip dengan di atas, hanya komisi untuk sortasi dan pengkelasan (*grading*) adalah 3 % dari total penjualan.

Lokasi koperasi pertanian Binan adalah di kota Nadasaki, 20 Km dari kota Okayama. Koperasi tersebut didirikan 50 tahun yang lalu dan memiliki 570 angota. Koperasi tersebut mempekerjakan 55 karyawan dan 70 orang lainnya bekerja pada fasilitas sortasi dan grading. Koperasi tersebut terutama memproduksi terung, umbi lotus, beras dan barley. Produksi terung tahun 1994 adalah 4 530 metrik ton dengan nilai sekitar 1,68 milyar Yen. Koperasi juga memproduksi umbi lotus sebanyak 724 ton dengan nilai 167.84 juta Yen. Produksi beras adalah 2 182 ton senilai 640.28 juta Yen. Selain itu koperasi juga memproduksi jamur sebanyak 96 ton dengan nilai penjualan 97.48 juta Yen.

Sayuran yang dihasilkan para anggota koperasi disortasi dan diklasifikasikan pada fasilitas koperasi . Hasil panenan diklasifikasi (grade) menurut ukuran dan mutu. Sebuah mesin berkomputer menyeleksi setiap terung berdasarkan warna , bentuk dan ukuran sebelum terung di pak dan dipasarkan ke pasar induk di kota-kota Tokyo, Osaka dan Kobe. Pelajaran yang dapat diambil dari koperasi pertanian Binan dipaparkan di bawah ini.

(1) Ukuran lahan tidak perlu besar untuk mampu menghasilkan keuntungan.

(2) Diperlukan manajemen yang baik untuk mengelola koperasi dengan sukses.

(3) Suatu koperasi harus menciptakan skala

ISSN: 0853-8468

AGRIMEDIA - VOLUME 5, No. 3 - November 1999

ekonomi untuk mampu mengelola fasilitasnya secara efisien dan untuk mampu bersaing di pasar.

(4) Koperasi dapat menjadi jembatan yang baik antara produsen dan konsumen.

(5) Terdapat peluang untuk memperbaiki saluran pemasaran produk pertanian melalui koperasi di negara-negara berkembang.

(7) Sokongan pemerintah sangat penting dalam mempromosikan teknologi biaya tinggi.

(8) Ada suatu kebutuhan perbaikan yang terus-menerus dalam hal penanganan, *grading*, dan pengemasan produk untuk memenuhi segmen pasar yang berbeda.

(9) Penghasilan petani yang baik akan diperoleh bila sortasi, grading dan pengawasan mutu produk dilakukan dengan baik.

(10) Pemasaran yang efisien dapat membantu peningkatan produksi pertanian di negara-negara berkembang.

(11) Budidaya pada struktur lingkungan yang terkontrol, misalnya rumah kaca, dapat menghasilkan keuntungan, khususnya di daerah pegunungan.

(12) Mekanisasi dapat melaksanakan proses *grading* dengan lebih mudah dan lebih menguntungkan.

(13) Budidaya jamur dan bunga potong dapat dilakukan di negara-negara berkembang.

Contoh Kasus Pasar Induk Okayama

Pasar induk Okayama didirikan pada tahun 1983 oleh pemerintah daerah Okayama, dan memiliki tiga departemen fungsional untuk pemasaran, yakni Departemen-departemen sayuran dan buah-buahan; produk marina, dan bunga potong. Luasan total pasar adalah 194 443 m^2 dengan luas bangunan 75 485 m^2. Terdapat dua pedagang besar (wholesalers) untuk ketiga kelompok komoditas di atas.

Jumlah transaksi tahunan pada 1995 dalam jumlah dan nilainya adalah sebagai berikut: sayuran, 87 900 ton (19.4 milyar Yen); buah-buahan, 41 900 ton (14.9 milyar Yen); ikan segar 30 200 ton (27.7 milyar Yen); ikan beku 9 900 ton (9.3 milyar Yen); ikan olahan, 11 100 ton (8.1 milyar Yen); bunga potong, 82 600 tangkai (5.1 milyar Yen); bunga pot, 14 300 pot (2.5 milyar Yen); tanaman bunga, 221 000 tanaman (225.7 juta Yen) dan bunga lainnya 73 000 tangkai (109.8 juta Yen). Nilai total produksi yang ditransaksikan adalah 87.6 milyar Yen. Besarnya komisi yang diterima pedagang besar (wholesalers) untuk tender produksi adalah sebagai berikut : sayuran 7 %; buah-buahan 8.5 %; produksi marina 5.5 % dan bunga-bungaan 9 %.

Pelajaran yang dapat diambil dari Pasar Induk Okayama dipaparkan di bawah ini.

(1) Upaya mempertahankan mutu produksi melalui *grading* yang memadai dan standarisasi mutu mampu menghasilkan tender yang efisien dan memberikan harga yang baik.

(2) Peranan pasar induk sangat penting dalam pemasaran produk pertanian mengingat dapat menjamin terjualnya produk yang relatif kamba, serta diperolehnya pembayaran yang cepat pada produsen. Dilain pihak, dari pasar induk konsumen juga dapat menerima mutu produk yang tinggi dan segar.

(3) Pasar induk mampu memberikan jaminan keadilan dan transparansi dalam penentuan harga.

(4) Akreditasi/pendaftaran peserta pasar pada pasar induk memungkinkan operator pasar untuk mengeliminasi pelaku yang kinerjanya tidak memuaskan.

(5) Pasar induk dalam arti terminal agribisnis dapat diperkenalkan untuk dibangun di negara-negara berkembang untuk memperbaiki sistem pemasaran produk-produk pertanian, walaupun akan memerlukan komitmen sektor swasta dan pemerintah karena membutuhkan investasi yang besar.

(6) Untuk keberhasilan terminal agribisnis diperlukan struktur hukum dan institusi hukum yang kuat. ■

REFERENSI :

Sidhu, D.S (1997) Marketing Systems for Agricultural Products, APO, Tokyo (Seminar Proceeding Marketing Sytems for Agricultural Products, 14-24, Mei, 1996 di Tokyo).