



PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA
REBUILD CONTRACT FARMING: SOLUSI TEPAT AKSES
PETANI KECIL KE PASAR MODERN

BIDANG KEGIATAN:
PKM GAGASAN TERTULIS

Diusulkan Oleh:

Ketua Kelompok	: Devi Mustikawati	(H34063279 t.a 2006)
Anggota Kelompok	: Anif Lailatusifah	(A24063381 t.a 2006)
	Ririn Rihatni	(E34080064 t.a 2008)

INSITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2010

HALAMAN PENGESAHAN
PROPOSAL PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA

1. Judul Kegiatan : *Rebuild Contract Farming: Solusi Tepat Akses Petani Kecil ke Pasar Modern*
2. Bidang Kegiatan : () PKM-AI (X) PKM-GT
3. Ketua Pelaksana Kegiatan
- a. Nama Lengkap : Devi Mustikawati
 - b. NIM : H34063279
 - c. Jurusan : Agribisnis
 - d. Perguruan Tinggi : Institut Pertanian Bogor
 - e. Alamat Rumah : Pondok Sabrina, Jl Babakan Tengah No.35
Dramaga Bogor 16680
 - f. No HP : 085640379310
 - g. Alamat e-mail : devimus_xiia2@yahoo.com
4. Anggota Pelaksana Kegiatan : Tiga orang
5. Dosen Pendamping
- a. Nama lengkap dan gelar : Suprehatin, SP, MAgribuss
 - b. NIP : 19800107 200501 1 001
 - c. Alamat Rumah/No. HP : KPP IPB Alam Sinarsari B.17
Dramaga Bogor 16680
081228776072

Menyetujui,
Ketua Departemen Agribisnis

Bogor, 25 Maret 2010
Ketua Pelaksana

Dr. Ir.Nunung Kusnadi, MS.
NIP. 19580908 198403 1 002

Devi Mustikawati
NIM. H34063279

Wakil Rektor
Bidang Akademik dan Kemahasiswaan

Dosen Pembimbing

Prof. Dr. Ir Yonny Koesmaryono, MS.
NIP. 19581228 198503 1 003

Suprehatin, SP, MAgribuss
NIP. 19800107 200501 1 001

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kekuatan dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ini. Sholawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW yang merupakan pribadi yang menjadi suri tauladan bagi umat Islam. Karya tulis ini disusun dalam rangka Program Kreativitas Mahasiswa Gagasan Tertulis (PKM-GT) Departemen Pendidikan Nasional, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Direktorat Pembinaan Akademik dan Kemahasiswaan yang berjudul “***Rebuild Contract Farming: Solusi Tepat Akses Petani Kecil ke Pasar Modern***”.

Penulis menyampaikan terimakasih kepada Suprehatin, SP, Magribuss yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan selama penyusunan karya tulis ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada kedua orang tua yang telah memberikan dorongan yang tulus baik moril maupun materiil, teman-teman yang telah memberikan semangat. Semoga karya tulis ini dapat bermanfaat serta memberikan sumbangsih bagi khasanah ilmu pengetahuan.

Bogor, Maret 2010

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	v
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Tujuan Penulisan	2
Manfaat Penulisan	2
GAGASAN	3
Kondisi Petani Kecil dan Perkembangan Pasar Modern di Indonesia ...	3
Konsep dan Praktik <i>Contract Farming</i> atau Kemitraan Usaha di Indonesia	4
<i>Rebuild Contract Farming</i> di Indonesia	8
Pihak-Pihak Terkait untuk Membantu Mengimplementasikan <i>Rebuild Contract Farming</i>	10
Langkah-Langkah Strategis untuk Mengimplementasikan <i>Rebuild Contract Farming</i>	11
KESIMPULAN	12
DAFTAR PUSTAKA	13
LAMPIRAN	14
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	15

RINGKASAN

Devi Mustikawati, Anif Lailatusifah, dan Ririn Rihatni

Di Indonesia, pasar modern seperti hypermarket dan supermarket berkembang sangat cepat. Bagi petani kecil, keberadaan pasar modern tersebut dapat memberikan peluang untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan sekaligus memberikan tantangan tidak memperoleh akses untuk menjual produknya karena kendala standar kualitas dan kontinuitas produk. Berdasarkan hal tersebut, program *contract farming* sangat penting sebagai jembatan akses petani kecil ke pasar modern.

Secara garis besar, tujuan penulisan ini adalah (1) memberikan gambaran peluang dan tantangan bagi petani kecil dengan adanya pasar modern, (2) mengulas gagasan *contract farming* sebagai jembatan akses petani kecil memasarkan produknya ke pasar modern, dan (3) mengulas pihak terkait dan langkah-langkah strategis pengimplementasiannya. Jenis data yang digunakan dalam penulisan ini adalah data sekunder yang diperoleh dari literatur-literatur seperti jurnal, artikel, dan tulisan lain yang berhubungan dengan topik pembahasan. Selanjutnya data dianalisis secara kualitatif deskriptif.

Berdasarkan pembahasan, diperoleh gambaran umum bahwa faktor-faktor penghalang bagi petani untuk menjual produknya ke pasar modern adalah (1) skala usaha kecil dan produksi sedikit, (2) lokasi tempat tinggal relatif jauh dari pasar modern, (3) kualitas produk rendah, (4) tidak mampu memasok secara kontinyu, (5) tidak memiliki cukup pengalaman memasarkan ke pasar modern, (6) input yang dibutuhkan terlalu mahal, dan (6) penguasaan teknologi yang masih sederhana. Di lain pihak, pasar modern menginginkan (1) standar kualitas produk yang tinggi untuk memenuhi kebutuhan dan selera konsumen, dan (2) kontinuitas pasokan produk. Selain itu, pasar modern kurang percaya ke petani kecil sebagai pemasok produknya.

Praktik *contract farming* sudah diterapkan untuk membantu petani dalam memasarkan produknya. Beberapa ada yang sukses, namun tidak sedikit juga ada yang gagal dijalankan atau gagal dipertahankan. Permasalahan yang muncul yaitu tidak adanya kontrak yang formal dan jelas sehingga berpeluang bagi petani maupun pihak mitra tidak mematuhi kontrak, kualitas produk yang tidak terpenuhi, *moral hazard* petani dan mitra, harga kontrak yang masih rendah, kurang memadainya bantuan teknis dan pasokan input ke petani kecil. Selain itu juga tingkat kepercayaan komunikasi yang kurang baik antara kedua pihak.

Gagasan *rebuild contract farming* sangat penting untuk dilakukan sebagai penyempurnaan praktik *contract farming* yang sudah ada. Gagasan tersebut mencakup mempertimbangkan unsur (1) *social networking*, (2) kepercayaan (*trust*), (3) perlunya kontrak atau aturan main yang jelas dan formal, (4) perlunya wadah bagi petani-petani kecil, dan (5) aspek kewirausahaan (*entrepreneurship*).

Pihak-pihak yang dapat membantu mengimplementasikan *contract farming* yaitu petani, pasar modern, pemerintah, kelembagaan petani, dan pihak penunjang lainnya. Selanjutnya, langkah-langkah strategis yang harus dilakukan yaitu: (1) formalisasi kontrak yang saling menguntungkan, (2) pembinaan kepada petani mencakup aspek kewirausahaan dan pelatihan teknis kepada petani kecil (3) membentuk kelembagaan (asosiasi) bagi petani kecil, dan (4) mengefektifkan komunikasi antar pelaku kemitraan.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Sektor pertanian memberikan sumbangan besar dalam proses pembangunan Indonesia. Pada periode tahun 2005-2007, kontribusi sektor pertanian terhadap pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) meningkat yaitu dari Rp. 364.169,3 miliar menjadi Rp. 541.931,5 miliar (BPS, 2009). Meskipun demikian, sebagian besar sektor pertanian di Indonesia masih diusahakan dalam skala kecil dengan karakteristik pengusahaan lahan yang kecil, teknologi budidaya yang sederhana, dan permodalan yang terbatas. Selain itu, pertanian skala kecil juga menghadapi masalah seperti ketersediaan bahan baku pertanian (saprodi) seperti pupuk, benih, pestisida, dan obat-obatan. Pertanian dengan skala kecil masih dipengaruhi oleh faktor alam dan dihadapkan pada permasalahan pasar yang tidak sempurna seperti biaya transaksi yang tinggi dan ketidakjelasan informasi pasar (termasuk fluktuasi harga).

Di lain pihak, pengaruh masuknya ekonomi pasar global menyebabkan terjadinya perubahan pola dan komposisi pasar serta konsumen bagi produk-produk pertanian (Reardon dan Berdegue, 2002) dan kebutuhan koordinasi antar pelaku dalam sistem agribisnis (Kirsten dan Sartorius, 2002). Saat ini, pasar mengalami tahap perubahan dinamis dengan kehadiran pasar modern seperti hypermarket, supermarket, minimarket, retail khusus produk segar dll. Di satu sisi, keberadaan pasar modern dapat memberikan peluang bagi petani kecil untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan. Namun di sisi lain, petani kecil menghadapi tantangan untuk dapat menjual produknya ke pasar modern terkait dengan berbagai permasalahannya sangat sulit untuk dapat masuk ke pasar modern (Kirsten dan Sartorius, 2002). Dalam arti lain, kehadiran pasar modern tersebut menyebabkan marginalisasi antara petani berskala besar dan petani berskala kecil. Petani besar dapat memasuki pasar modern karena mampu memenuhi persyaratan yang diminta, memungkinkan petani besar menjadi semakin sejahtera dan mampu mengembangkan usahanya, sedangkan petani kecil tidak mampu mengembangkan usaha dan tidak mempunyai daya saing dengan kehadiran pasar modern tersebut.

Lebih lanjut, Reardon dan Berdegue (2008) melaporkan bahwa revolusi pasar menjadi pasar modern memiliki dua dimensi. Di satu sisi, keberadaan pasar modern dapat memberikan harga pangan yang lebih murah untuk konsumen dan menciptakan peluang untuk petani dan industri pangan. Namun disisi lain, keberadaan pasar modern tersebut dapat mengancam pedagang pengecer, petani, dan pengolah pangan yang tidak mampu menghadapi pesaing baru karena sulit memenuhi sejumlah persyaratan pasar modern, termasuk petani kecil.

Berdasarkan uraian di atas, salah satu upaya untuk mengatasi permasalahan di sektor pertanian (agribisnis) khususnya pertanian skala kecil, serta untuk dapat mengintegrasikan petani ke dalam pasar modern diperlukan suatu pola interaksi sosial dan proses kerja oleh para pelaku utama agribisnis, yaitu *contract farming*. Secara koseptual, *contract farming* atau kemitraan usaha adalah sebagai jalinan kerjasama yang berorientasi ekonomi dan bisnis yang berkesinambungan antara dua atau lebih pelaku agribisnis, baik dalam satu

subsistem maupun antar subsistem agribisnis (keterkaitan antar subsistem) (Eaton dan Sheperd, 2001). Pada dasarnya maksud dan tujuan dari *contract farming* adalah “*win-win solution partnership*” yaitu berupa jalinan kerjasama yang saling membutuhkan, saling memperkuat dan saling menguntungkan sehingga hubungannya akan berkesinambungan (Damayanti, 2004).

Kesadaran dan saling menguntungkan disini tidak berarti para partisipan dalam *contract farming* tersebut harus memiliki kemampuan dan kekuatan yang sama, tetapi yang lebih dipentingkan adalah adanya posisi tawar yang setara berdasarkan peran masing-masing. Misalnya perusahaan besar memiliki akses lebih besar terhadap pasar, informasi, teknologi dan modal. Sedangkan petani kecil mempunyai sumberdaya potensial untuk dikembangkan sebagai sumber bahan baku yang dibutuhkan perusahaan-perusahaan besar (Eaton dan Sheperd, 2001). Oleh sebab itu keberadaan *contract farming* ini bagi perusahaan besar bisa mengurangi biaya *overhead* dan risiko yang harus diterimanya. Sementara itu petani kecil akan menerima berbagai bantuan seperti modal, teknologi, manajemen, dan kepastian pemasaran produknya.

Meskipun demikian, *contract farming* atau kemitraan usaha secara umum yang sudah direncanakan seringkali gagal dijalankan dan bahkan program yang sudah ada gagal dipertahankan. Permasalahan yang muncul yaitu tidak adanya kontrak yang formal dan jelas sehingga berpeluang bagi petani maupun pihak mitra tidak mematuhi kontrak, kualitas produk yang tidak terpenuhi, *moral hazard* petani dan mitra, harga kontrak yang masih rendah, kurang memadainya bantuan teknis dan pasokan input ke petani kecil. Selain itu juga tingkat kepercayaan komunikasi yang kurang baik antara kedua pihak.

Berdasarkan hal tersebut, gagasan untuk *rebuild contract farming* dengan melakukan penyempurnaan-penyempurnaan gagasan sangat penting dilakukan dalam rangka menjembatani petani kecil untuk menjual produknya ke pasar modern. Hal ini mengingat potensi manfaat dari adanya *contract farming* yang belum dioptimalkan sekaligus mengingat permasalahan-permasalahan internal yang dihadapi petani kecil di Indonesia.

Tujuan Penulisan

Tujuan dari penulisan karya tulis ini adalah

1. Memberikan gambaran kondisi petani kecil dan perkembangan pasar modern di Indonesia
2. Memberikan gambaran konsep dan praktik *contract farming* atau kemitraan usaha di Indonesia
3. Mendeskripsikan gagasan *rebuild contract farming* antara petani kecil dan pasar modern di Indonesia
4. Mengulas pihak-pihak yang dipertimbangkan dapat membantu mengimplementasikan *rebuild contract farming* di Indonesia
5. Merumuskan langkah-langkah strategis yang harus dilakukan terhadap implementasi *rebuild contract farming* yang mampu meningkatkan daya saing secara berkelanjutan.

Manfaat Penulisan

Hasil penulisan Program Kreatifitas Mahasiswa Gagasan Tertulis (PKM-GT) ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

Bagi Mahasiswa:

1. Meningkatkan daya kreasi mahasiswa untuk berkarya.
2. Meningkatkan kerjasama kelompok.
3. Melatih kemampuan mahasiswa dalam menganalisis permasalahan yang ada di masyarakat khususnya yang dihadapi petani kecil di Indonesia.
4. Media pengembangan dan penerapan ilmu yang telah dipelajari di perkuliahan.

Bagi Perguruan Tinggi:

1. Sebagai manifestasi dari Tri Dharma Perguruan Tinggi.
2. Meningkatkan citra positif perguruan tinggi sebagai salah satu pencetak generasi muda bangsa yang cerdas, kreatif, dan dinamis serta bermanfaat bagi kemajuan bangsa

Bagi Masyarakat dan Pemerintah:

1. Dapat menjadi usulan atau ide yang bermanfaat untuk mempermudah akses petani kecil ke pasar modern sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan petani kecil.
2. Dapat menjadi masukan pihak pasar modern untuk menjadikan petani kecil sebagai mitra untuk memasok produk pertanian mereka.
3. Dapat memberikan masukan bagi pemerintah untuk memperhatikan faktor-faktor penting dalam mengambil kebijakan untuk membangun kembali *contract farming* sebagai jembatan petani kecil untuk memasarkan produknya ke pasar modern.

GAGASAN**Kondisi Petani Kecil dan Perkembangan Pasar Modern di Indonesia**

Kondisi petani di Indonesia kebanyakan, yaitu petani dengan lahan sempit (rata-rata 0.03 ha) dan buruh tani. Sedangkan petani-petani besar umumnya berasal pengusaha atau perusahaan swasta. Petani besar dapat dengan mudah mengakses pasar dan menjual hasil pertaniannya dengan harga yang relatif tinggi karena kemudahan mereka dalam memperoleh informasi, transfer teknologi, SDM dan modal. Namun petani kecil atau buruh tani yang umumnya tinggal di pedesaan, hanya mampu menembus pasar lokal (tradisional) dengan harga yang relatif rendah.

Secara umum petani kecil di Indonesia memiliki karakteristik sebagai berikut (1) skala usaha kecil dan produksi sedikit, (2) lokasi tempat tinggal jauh dari supermarket, (3) kualitas produk rendah, (4) belum mampu memasok secara kontinyu, (5) tidak memiliki cukup pengalaman, (6) input yang dibutuhkan terlalu mahal dan (6) penguasaan teknologi yang masih sederhana. Selain itu, akses pemasaran petani kecil pada umumnya masih banyak dilakukan ke pasar tradisional melalui pedagang-pedagang (tengkulak) di dekat lokasi tempat tinggal petani, sedangkan akses ke pasar modern masih sangat terbatas. Kondisi tersebut menyebabkan tingkat pendapatan dan kesejahteraan petani kecil di Indonesia masih relatif rendah.

Berbeda dengan pasar tradisional yaitu pasar di ruang udara terbuka atau tertutup dengan banyak pedagang-pedagang kecil (Reardon and Berdegué, 2002), pasar modern mencakup hypermarket, supermarket, minimarket, retail khusus produk segar, industri pengolahan, restoran, jejaring *fast food*, hotel dan katering mulai beroperasi di Indonesia sejak tahun 1970an. Pada awal berdirinya, pasar modern hanya berkonsentrasi di pusat-pusat kota. Pasar modern asing mulai masuk ke pasar Indonesia pada akhir tahun 1990an karena adanya arus *foreign direct investment* di sektor retail pada tahun 1998. Pada umumnya supermarket lokal berukuran medium sedangkan supermarket asing berskala besar seperti Carrefour (Perancis) dan Giant (Malaysia) yang juga sudah membuka hypermarket (PricewaterhouseCoopers, 2006).

Secara umum, karakteristik pasar modern yaitu adanya diferensiasi produk, kualitas dan keamanan produk, standardisasi, keterjaminan pemasok, landasan kontraktual, pemasaran berkelompok, peran merek dan nilainya, penjual dan pemasok yang terspesialisasi, peran bantuan teknis, pengetahuan, teknologi, teknologi informasi dan manajemen logistik serta ketertarikan pada perdagangan yang adil serta tanggung jawab sosial perusahaan¹.

Di Indonesia, perkembangan pasar modern berkembang sangat cepat. Sebagai contoh, hypermarket tumbuh 27% per tahun dari delapan menjadi 49 toko pada periode tahun 1998-2003. Diperkirakan jumlah supermarket dan hypermarket dari tujuh besar retailer di Indonesia mencapai 284 supermarket dan hypermarkets di tahun 2004 (PricewaterhouseCoopers, 2006). World Bank (2007) melaporkan bahwa pangsa pasar pasar modern meningkat tiga kali lipat pada tahun 2004 dari 11% pada tahun 1999. Untuk tingkat penjualan, supermarket mengalami peningkatan penjualan rata-rata 15% sedangkan pasar tradisional mengalami penurunan 2% per tahun.

Konsep dan Praktik *Contract Farming* atau Kemitraan Usaha di Indonesia

Selama ini, usaha-usaha peningkatan kesejahteraan petani oleh pemerintah telah dilakukan, salah satunya yaitu dengan bentuk *contract farming* atau kemitraan usaha. Menurut Eaton dan Shepherd (2001) *contract farming* dapat dibagi menjadi lima tipe. Pertama, *centralized model*, yaitu model yang terkoordinasi secara vertikal, dimana sponsor membeli produk dari para petani, kemudian memprosesnya atau mengemasnya dan memasarkan produknya. Kedua, *nucleus estate model*, yaitu variasi dari model terpusat, dimana dalam model ini sponsor dari proyek juga memiliki dan mengatur lahan pertanian yang biasanya dekat dengan pabrik pengolahan.

Ketiga, *multipartite model*, yaitu biasanya melibatkan badan hukum dan perusahaan swasta yang secara bersama berpartisipasi bersama para petani (misalnya melibatkan Gapoktan atau kelompok tani, *grower*, pemasok saprodi, lembaga permodalan, *supplier*). Keempat, *informal model*, yaitu model yang biasanya diaplikasikan terhadap wiraswasta perseorangan atau perusahaan kecil yang biasanya membuat kontrak produksi informal yang mudah dengan para petani berdasarkan musiman. Kelima, *intermediary model*, yaitu model yang biasanya diaplikasikan terhadap usaha pemberdayaan masyarakat petani melalui

¹ <http://www.ina.or.id> diakses pada tanggal [13 Maret 2010]

mediasi lembaga pemerintah atau lembaga non profit lainnya dalam mediasi dengan perusahaan mitra, fasilitasi dalam penyediaan dana, serta bimbingan dan penyuluhan.

Keunggulan *contract farming* yang banyak dijumpai dalam bentuk kontrak pemasaran antara lain: (a) Efisiensi dalam pengumpulan hasil tinggi karena kontrak dilakukan secara berkelompok melalui PKT/Gapoktan/Kelompok Tani; (b) Efisiensi dalam pengangkutan tinggi karena dapat dicapainya skala angkut maksimal; (c) Harga relatif stabil karena harga ditetapkan dengan sistem kontrak di mana harga ditetapkan saat sebelum tanam; dan (d) Mampu mendorong petani untuk menghasilkan produk berkualitas; serta (e) Menjamin kepastian kontinuitas pasokan bagi perusahaan mitra, karena ada perencanaan produksi (perencanaan luas areal, jadwal tanam, jadwal panen).

Dilain pihak, kelemahan dari pola *contract farming* antara lain: (a) Kelembagaan kemitraan usaha umumnya bersifat *rigid* karena didasarkan atas ikatan-ikatan formal yang mengikat, dengan sistem insentif dan sanksi (*reward and punishment*) yang jelas; (b) Biasanya Perusahaan Mitra memiliki jaringan pasar yang bersifat khusus (supermarket, industri pengolahan, restoran dan hotel, serta ekspor) dengan persyaratan standar mutu yang ketat; (c) Tidak adanya fleksibilitas keluar masuk pasar secara bebas, karena sudah terikat kontrak pemasaran; dan (d) Hanya dapat menampung hasil produksi produk yang memenuhi standar kualitas yang telah ditentukan oleh ke dua belah pihak.

Praktik *contract farming* atau kemitraan usaha yang sudah berkembang di Indonesia diantaranya kemitraan petani dengan retail modern. Kemitraan tersebut merupakan bentuk kemitraan pemasaran, dimana petani memperoleh pasar baru yang menawarkan keuntungan cukup besar sedangkan bagi retailer, keuntungan yang diperoleh dengan adanya bermitra dengan petani adalah adanya pasokan yang tetap dan kontinu untuk memenuhi permintaan kebutuhan pasarnya.

Indrianingsih et al. (2006) mengemukakan dua contoh praktik *contract farming* yang sudah dilakukan di Indonesia yaitu pola kemitraan agribisnis komoditas hortikultura di Bali. *Pertama*, pola kemitraan komoditas stroberi antara Perusahaan Daerah Propinsi Bali Candikuning Kabupaten Tabanan (PD Bali) dengan PT Bayu Jaya Kusuma (PT BJK) serta petani (kelompok tani) menggunakan Pola Kerjasama Operasional Agribisnis (KOA). Aturan main pola kemitraan ini relatif kompleks dan berjenjang. Namun resiko usaha dihadapi oleh semua pelaku agribisnis mulai dari petani sebagai penggarap, PD Bali dan PT BJK. Dalam menetapkan *rule of the game* PT BJK tetap pihak yang memiliki *bargaining power* lebih besar, karena PT BJK yang menyediakan sarana produksi dan memasarkan hasil. Selain bekerjasama dengan PD Bali yang berperan sebagai manager perusahaan, PT BJK juga bermitra dengan universitas, dalam meningkatkan mutu produk. Peran pemerintah dalam usaha agribisnis stroberi ini, masih sebatas sebagai fasilitator dalam temu usaha.

Kedua, pola Kelembagaan Kemitraan Agribisnis pada Komoditas Manggis yaitu model kemitraan agribisnis antara kelompok tani dan atau Sub Terminal Agribisnis (STA) dengan pelaku agribisnis lainnya (supplier, *supermarket*, hotel dan restoran) di Kecamatan Pupuan, Bali. Pada kemitraan ini seluruh hasil produksi petani mitra dibeli oleh STA secara langsung dengan memberikan pembayaran secara tunai. Harga pembelian manggis oleh STA sesuai harga pasar, dimana harga manggis ini masih di atas harga impas karena terdapat koreksi harga

ekspor sehingga harga manggis di tingkat petani menjadi lebih tinggi dan layak bagi petani. Apabila petani tidak dapat menjual langsung ke STA, petani dapat menjual melalui pedagang pengumpul yang menjadi kaki tangan STA Sari Buah.

Manggis yang telah dibeli oleh STA kemudian dijual kembali kepada supermarket dengan persyaratan bahwa manggis yang dijual harus memenuhi persyaratan kuantitas, kontinuitas dan kualitas. Apabila STA tidak mampu mengirim manggis sesuai kontrak persyaratan maka supermarket memiliki kebebasan untuk membeli dari supplier lain. Pembayaran oleh supermarket ke STA dibagi dua cara yaitu sampai batas transaksi Rp 300.000 dibayar tunai dan di atas itu ditanggguhkan sampai dengan 14 hari dan pembayaran dilakukan dengan menggunakan bilyet giro. Kewajiban *supermarket* adalah: (1) Memberikan pembinaan kepada petani; (2) Membantu mencarikan bibit manggis untuk petani; (3) Membayar tepat waktu sesuai kesepakatan; dan (4) Melakukan pertemuan tiga bulanan. Posisi tawar STA terlihat masih lemah dan jumlah permintaan untuk satu *supermarket* relatif sedikit (200 kg per dua hari) sehingga kurang efisien dalam pengangkutan. Selain itu sistem pembayaran oleh supermarket dengan cara ditanggguhkan, sementara STA harus membayar kepada petani dengan cara kontan dipandang kurang fair untuk jalinan kemitraan. Aturan main seperti ini termasuk rapuh untuk melakukan kemitraan, karena tidak ada instrumen yang dapat mempererat agar *interdependency* menjadi lebih kuat.

Contoh lain praktik *contract farming* atau kemitraan usaha dapat dilihat pada komoditas sayuran. Pola kemitraan yang terjadi relatif lebih beragam: pola kemitraan perusahaan inti-rakyat (PIR), pola kemitraan antara STA dengan petani dan supermarket, pola kemitraan perdagangan umum. Masing-masing pola tersebut memiliki aturan main yang relatif berbeda yang menggambarkan penyesuaian kompatibilitas antar mitra agribisnis.

Pertama, model Kemitraan PIR dijumpai pada kerjasama PD Bali dengan petani penggarap untuk komoditas sayuran dengan pola *mixed-farming*. Pola tanam yang diatur oleh perusahaan berdasarkan potensi permintaan pasar. Pola kerjasama ini telah berlangsung sejak akhir tahun 1969. Dalam kemitraan ini PD Bali berkewajiban menyediakan lahan seluas 0,25 ha/KK, saprodi, memberikan bimbingan teknis budidaya termasuk pengaturan pola tanam serta menampung dan memasarkan hasil sayuran dari petani. Sementara itu, petani berkewajiban melakukan budidaya sesuai bimbingan teknis dari PD, melaporkan jadwal kegiatan tanam dan panen, serta menyerahkan hasil produksinya ke PD. Dalam kerjasama ini dilakukan kontrak harga dalam periode satu minggu, namun apabila dalam periode tersebut ada fluktuasi harga yang sangat ekstrim dilakukan negosiasi.

Kedua, model kemitraan antara STA dengan kelompok tani atau *supermarket*, sesuai dengan kesepakatan yang dibangun oleh pihak yang bermitra. Contoh kasus di Kabupaten Tabanan, petani menjalin kemitraan dengan STA. dalam menjalin kemitraan STA berkewajiban membeli berbagai jenis sayuran dari petani berdasarkan harga pasar secara tunai. Setiap penjualan petani dikenakan *fee* yang tergantung biaya kompensasi transport dari STA ke pasar. Besarnya biaya *fee* tidak melebihi biaya transpor jika petani menjual langsung ke pasar. Terkadang beberapa STA menetapkan *fee* berdasarkan harga komoditas pada waktu tertentu. Misalnya *fee* sebesar Rp 100/kg untuk harga pada saat normal, pada waktu harga tinggi *fee* naik menjadi Rp 200/kg dan ketika harga jatuh *fee*

turun menjadi Rp 50/kg. Meskipun bermitra dengan STA, akan tetapi petani di beri kebebasan juga untuk menjual ke pedagang pengumpul apabila jarak tempat tinggal jauh dan menawarkan harga yang lebih menguntungkan.

Produk yang ditampung oleh STA kemudian dibeli oleh pedagang pengumpul, hotel, restoran dan juga supermarket. Pembayaran dengan pedagang pengumpul dan restoran kecil dilakukan secara tunai tetapi untuk hotel, restoran besar dan supermarket pembayaran dilakukan satu bulan kemudian. Hal ini kurang menguntungkan bagi STA karena terkadang volume yang dipasarkan relatif sedikit dan harus kontinyu. Meskipun begitu pola tersebut masih dirasakan relatif ideal oleh petani dan STA, karena petani merasakan manfaat keberadaan STA. Namun jika dalam kondisi jumlah produksi melimpah dan terjadi gejolak harga, maka kemitraan seperti ini akan mengalami guncangan karena beberapa alasan: (1) Tidak ada aturan main yang mengikat antara petani dengan STA, sehingga petani bebas menjual kepada pedagang lain pada waktu harga lebih menguntungkan; (2) Tidak ada ikatan STA dengan pasar di kota, STA hanya menjual kepada pasar umum, dengan tingkat persaingan cukup ketat dengan supplier lain; dan (3) STA tidak memiliki tenaga kerja yang cukup untuk mengambil barang dari petani.

Berdasarkan uraian tersebut di atas dapat dilihat bahwa praktik *contract farming* atau kemitraan usaha ada yang sukses, namun tidak sedikit juga ada yang gagal dijalankan atau gagal dipertahankan. Permasalahan yang muncul yaitu tidak adanya kontrak yang formal dan jelas sehingga berpeluang bagi petani maupun pihak mitra tidak mematuhi kontrak, kualitas produk yang tidak terpenuhi, *moral hazard* petani dan mitra, harga kontrak yang masih rendah, kurang memadainya bantuan teknis dan pasokan input ke petani kecil. Selain itu juga tingkat kepercayaan yang rendah dan komunikasi yang kurang baik antara kedua pihak.

Selain itu, bentuk kemitraan yang ada saat ini juga menghadapi kendala-kendala seperti: (1) SDM petani dan aparat (KCD/BPP/PPL) yang masih kurang dalam teknik budidaya terutama yang memerlukan teknologi modern (*green house*, sistem irigasi tetes, hidroponik); (2) Sistem dan teknologi panen serta penanganan pasca panen masih lemah; (3) Dukungan teknologi informasi masih lemah, sehingga dalam penentuan harga lebih didominasi oleh pihak inti (pemilik modal); (4) Biaya investasi untuk teknologi relatif mahal; (5) Belum ada jaminan pemasaran, terutama pada waktu produksi melimpah; (6) Harga yang berfluktuasi, terutama saat-saat panen raya; (7) Sistem pembayaran relatif lambat, terutama untuk tujuan hotel, restoran, dan supermarket; (8) Persaingan yang tidak sehat antar petani produsen dalam menjual hasil; (9) Konsolidasi kelembagaan di tingkat petani masih lemah; (10) Perusahaan pertanian yang bersedia sebagai avalis dan inti dalam kemitraan agribisnis masih terbatas; (11) Komitmen yang dibangun di antara pihak-pihak yang bermitra masih belum optimal; dan (12) Kelembagaan ekonomi masyarakat relatif banyak yang bersifat informal, sehingga kurang dapat menjalin kemitraan dengan perusahaan yang secara umum menghendaki adanya status badan hukum sebagai *partner* bisnis.

Lebih lanjut, pembentukan kelembagaan kemitraan petani juga terkendala oleh kurangnya kebijakan pemerintah dalam bidang pertanian, seperti: (1) Lemahnya sistem pengawasan terhadap produk hortikultura impor, sehingga produk luar negeri membanjiri pasar dalam negeri. Kondisi ini dapat menurunkan pangsa pasar produk hortikultura dalam negeri dan berpeluang mengganggu

keberadaan kelembagaan kemitraan yang sudah terbangun; (2) Standarisasi kualitas produk hortikultura belum memadai, sehingga pihak mitra (perusahaan) yang memiliki *bargaining power* lebih kuat cenderung menetapkan sendiri standar yang belum tentu mampu dipenuhi petani; (3) Terbatasnya kredit dengan bunga lunak dalam pembiayaan di sektor pertanian hortikultura; dan (4) Program yang dicanangkan pemerintah cenderung menggunakan pendekatan proyek sehingga tidak kontinyu dan kurang mengakar di masyarakat

Rebuild Contract Farming di Indonesia

Berdasarkan keunggulan, kelemahan, dan juga kendala dari *contract farming* atau kemitraan usaha yang dilakukan petani yang ada saat ini, gagasan *rebuild contract farming* sangat penting untuk dilakukan sebagai upaya penyempurnaan praktik *contract farming* yang sudah ada. Gagasan *rebuild contract farming* ini diolah dari beragam sumber termasuk dari Saptana, et. al (2006) tentang 10 aspek pertimbangan dalam pengembangan kemitraan usaha. Gagasan *contract farming* yang diajukan yaitu sebagai berikut:

1. Membangun Kemitraan Usaha Melalui Proses Sosial yang Matang

Hasil evaluasi terhadap kinerja kelembagaan kemitraan usaha pada berbagai pola kemitraan yang sudah ada menunjukkan masih belum optimalnya proses sosial yang dibangun, cenderung mekanistik dan hanya didasarkan untung-rugi, serta kurang memperhatikan aspek kohesi sosial antar pihak yang bermitra. Membangun kemitraan merupakan suatu rangkaian proses yang dimulai dengan mengenal dan mengidentifikasi secara cermat calon mitra, mengetahui keunggulan dan kelemahan usahanya, memulai membangun strategi dan mekanisme bermitra, melaksanakan kemitraan usaha, serta melakukan monitoring dan mengevaluasi sampai target atau sasaran tercapai (Ditjen Horti, 2002).

2. Membangun kepercayaan (*trust*)

Sebagai adalah suatu strategi bisnis yang dilakukan oleh dua belah pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu untuk meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling membutuhkan, memperkuat dan saling menguntungkan, kepercayaan mempunyai peran sangat penting dalam *contract farming*. Keberhasilan kemitraan usaha sangat ditentukan kemampuan menciptakan saling kepercayaan dan komitmen diantara pihak-pihak yang bermitra dalam menjalankan perjanjian yang telah disepakati.

Menurut Dyer et al. (2002) mengemukakan ada empat isu sentral berkaitan dengan kepercayaan (*trust*), yaitu: (1) menyangkut risiko dan ketidakpastian; (2) kemauan untuk menerima saran dan kritikan; (3) adanya harapan dan saling ketergantungan; dan (4) kesediaan berbagi nilai atau berkontribusi. Dalam pengertian ini pelaku-pelaku yang tercakup dalam kemitraan harus memiliki dasar-dasar etika bisnis (saling percaya, konsisten, dan disiplin). Batt dan Rexha (1999) juga sependapat bahwa kepercayaan merupakan faktor penting dalam menjalin sebuah hubungan. Lebih lanjut mereka mengemukakan bahwa tingkat kepercayaan petani mengindikasikan loyalitas dan komitmen dalam menjalin hubungan jangka panjang.

3. Memperkuat kelembagaan di tingkat petani

Secara umum, kondisi pertanian di Indonesia menunjukkan lemahnya struktur, fungsi, dinamika, dan konsolidasi kelompok tani, sehingga menempatkan posisi perwakilan masyarakat petani lemah dalam kelembagaan kemitraan usaha.

Secara normatif, konsolidasi kelembagaan di tingkat petani haruslah dapat meningkatkan posisi tawar petani baik di pasar input maupun pasar output, meningkatkan efisiensi dan produktivitas usahatani, mencapai skala usaha yang efisien, yang pada akhirnya akan meningkatkan daya saing agribisnis.

Gagasan awal dari bentuk *contract farming* yaitu petani atau kelompok petani membentuk suatu asosiasi petani, yang kemudian melalui asosiasi tersebut petani melakukan kemitraan secara langsung dengan supermarket. Peran asosiasi adalah sebagai jembatan yang menghubungkan petani secara langsung dengan supermarket. Asosiasi yang dibentuk merupakan asosiasi yang berbadan hukum sehingga lebih meningkatkan posisi tawar petani. Selain itu asosiasi ini pada saat pembentukannya hendaknya bersifat *bottom up*. Dengan pola pembentukan *bottom up* maka asosiasi mampu membuat petani anggotanya mempunyai rasa kesatuan yang kuat, saling tolong menolong dan juga kritis dalam menghadapi kondisi perubahan lingkungan karena terbentuknya asosiasi berlandaskan kemauan petani sendiri bergabung menjadi suatu kesatuan.

Pelaksanaan kemitraan yang dilakukan antara lain: asosiasi hanya sebagai fasilitator petani untuk dapat menemukan pasar, masuk ke dalam pasar modern, serta mampu bernegosiasi dengan pasar modern tersebut. Karakteristik asosiasi yang hanya sebagai fasilitator berimplikasi petani harus menerapkan standar kualitas mutu produk, kekontinyuan produk yang dihasilkan, serta kemauan untuk memajukan organisasi dalam jangka panjang. Selain itu, asosiasi sebagai fasilitator berimplikasi pula pada perubahan sistem pembayaran yang dapat berupa sistem pembayaran langsung untuk setengah bagian hasil, dan sisa pembayaran dengan bilyet giro.

4. Aturan main kontrak yang jelas

Aturan main ini sangat penting sebagai pedoman kedua belah pihak dalam menjalankan kemitraan. Contoh aturan main dalam sistem *contract farming* antara Pasar Modern-Asosiasi-Petani sesuai hasil evaluasi pola kemitraan sebelumnya, yang dapat menguntungkan semua pihak diantaranya (1) Asosiasi bertindak sebagai jembatan yang menghubungkan petani dengan pasar, (2) Asosiasi sebagai perantara bukan berlaku sebagai pengumpul atau tengkulak, (3) Asosiasi bersama petani melakukan analisis kebutuhan pasar, (4) Asosiasi-Supermarket-Petani duduk bersama melakukan penentuan kontrak dan harga pembelian, (5) Petani menanam komoditi sesuai permintaan pasar, dengan memperhatikan kesesuaian lahan, (6) Asosiasi dan Supermarket melakukan pembinaan terhadap petani agronomi petani mampu memproduksi komoditi yang baik sesuai standar supermarket, serta mampu menjaga kuantitas dan kontinuitasnya, (7) Pembayaran oleh supermarket bersifat konsinyasi yaitu membayar 50% diawal penjualan, sedangkan sisanya diberikan 3-4 minggu setelah penjualan, (8) 40% dari sisa penjualan akan diterima oleh petani melalui perantara himpunan, sedangkan 10% dari 50% sisa penjualan akan masuk ke himpunan sebagai kas pengembangan asosiasi, (9) Supermarket hanya akan menerima komoditi yang sesuai dengan standar yang ditentukan dan tidak berhak mengembalikan barang yang telah dibelinya dari petani.

5. Aspek Kewirausahaan

Kewirausahaan merupakan aspek penting dalam menghasilkan produk pertanian yang berdaya saing tinggi. Hal ini sangat dipengaruhi oleh seberapa besar semangat kewirausahaan sebagai energi (daya kerja) untuk menghasilkan

produk yang bermutu tinggi yang sesuai dengan permintaan pasar. Mutu produk begitu penting untuk segmen pasar tertentu seperti industri pengolahan dan supermarket/hypermarket, serta ekspor

Pihak-Pihak Terkait untuk Membantu Mengimplementasikan *Rebuild Contract Farming*

Sesuai definisi, praktik *contract farming* terkait dengan manusia sebagai subyek sekaligus sasaran dari *contract farming*. Berdasarkan hal tersebut, pihak-pihak yang dipertimbangkan dapat membantu mengimplementasikan gagasan di atas yaitu:

1. Petani
2. Pasar Modern/Ritel yang memiliki peran untuk mau memberikan kesempatan masuknya produk petani ke dalam pasar modern tersebut sekaligus dapat memberikan bantuan teknis maupun penyediaan input sebagai rasa memperkuat kepercayaan akan adanya jaminan pasar. Supermarket juga berperan dalam perencanaan dan pengaturan produksi seperti kesepakatan pengaturan jenis, varietas dan waktu tanam. Hal ini penting agar produk yang dihasilkan petani dapat sesuai dengan kriteria yang diminta oleh pasar. Selain itu supermarket juga berperan dalam kepastian harga dan keterjaminan pasar. Hal ini penting karena berkaitan dengan prosedur penetapan harga dalam kontrak, yang menjadi sangat krusial. Dengan adanya jaminan pasar dan kepastian harga melalui kemitraan usaha akan menjamin pasokan perusahaan mitra, mengurangi risiko petani, dan menjamin keberlanjutan kemitraan usaha.
3. Pemerintah yang berperan sebagai fasilitator, regulator dan motivator dalam terwujudnya iklim usaha yang kondusif dengan mendorong berkembangnya keharmonisan hubungan kelembagaan usaha tersebut. Pemerintah juga berperan dalam menyediakan PPL sebagai pihak yang membantu memberikan arahan kepada petani untuk dapat menggunakan GAP dan SOP yang telah ada sehingga petani mampu menjaga kualitas, kuantitas, dan kontinuitas produk petani. Selain itu PPL juga dapat berperan dalam membantu melakukan konsolidasi kepada petani untuk dapat menginisiasi pembentukan asosiasi di petani. Peran pemerintah yang juga sangat penting yaitu menjamin pasokan sarana produksi pertanian. Adanya jaminan pasokan input produksi oleh pemerintah maka akan memudahkan petani dalam menerapkan GAP dan SOP, sehingga produk yang dihasilkan sesuai dengan kualitas yang diminta oleh pasar. Selain itu pemerintah juga berperan untuk mampu mengkoordinasikan antar kelembagaan agribisnis yang ada. Adanya koordinasi kelembagaan yang efektif menjadi kunci dalam membangun kemitraan usaha.
4. Kelembagaan petani seperti asosiasi, koperasi, kelompok tani dan gabungan kelompok tani (gapoktan) yang berfungsi sebagai wadah sekaligus perantara petani kecil untuk bermitra dengan pasar modern. Peran penting adanya kelembagaan yaitu dapat memberikan pemahaman kepada petani mengenai perlunya jaringan (*social networking*) antar pelaku agribisnis.
5. Lembaga penunjang lainnya seperti lembaga pembiayaan pertanian sebagai lembaga pemberi pinjaman modal untuk dapat mengembangkan usaha petani.

Langkah-Langkah Strategis untuk Mengimplementasikan *Rebuild Contract Farming*.

Langkah-langkah strategis yang dapat dilakukan untuk mengimplementasikan gagasan sehingga tujuan atau perbaikan yang diharapkan dapat tercapai yaitu:

1. Formalisasi kontrak yang saling menguntungkan

Formalisasi kontrak sangat penting sebagai pedoman kedua belah pihak dalam menjalankan kemitraan. Formalisasi kontrak ini dapat dilakukan dengan membuat kontrak secara tertulis berisi aturan-aturan main kontrak yang jelas dan transparan. Selain itu juga isi dalam kontrak tersebut dipahami secara jelas oleh kedua belah pihak.

2. Pembinaan kepada petani

Pembinaan kepada petani dapat berupa kegiatan pelatihan-pelatihan seperti pelatihan teknologi produksi, standar kualitas dan grade. Selain pasar modern, peran pembinaan juga dapat dilakukan oleh asosiasi seperti pembinaan kepada petani untuk selalu menjaga kualitas komoditi yang dihasilkan. Materi pembinaan dapat berupa: jenis atau varietas, cara budidaya tanaman yang baik (penggunaan pestisida, pupuk, pengaturan jarak tanam, *relay planting*) dan penanganan pasca panen (*grading, packaging, pemberian nilai tambah lainnya*). Selain itu pembinaan juga mencakup aspek kewirausahaan. Aspek kewirausahaan menjadi penting karena mampu mendorong para petani untuk menghasilkan produk yang bermutu tinggi yang sesuai dengan permintaan pasar.

3. Pembentukan Asosiasi Petani

Dengan adanya asosiasi para petani mempunyai posisi tawar yang tinggi, karena asosiasi merupakan gabungan dari beberapa kelompok tani yang berbadan hukum, memiliki Anggaran Dasar (AD) dan Anggaran Rumah Tangga (ART). Dalam pengadaan input produksi dan pemasaran produk petani yang bergabung dalam asosiasi memiliki daya tawar yang relatif lebih tinggi dibanding petani secara individual. Selain itu, negosiasi kelompok yang dikelola secara profesional jauh lebih menguntungkan daripada perseorangan.

Melalui lembaga tersebut, petani relatif mudah akses terhadap lembaga pembiayaan, terutama perbankan. Manfaat lain dengan adanya APH, petani atau kelompok mitra dapat mengakses informasi bisnis melalui internet yang terkait dengan informasi mengenai jenis produk hortikultura yang dibutuhkan suatu negara pada bulan-bulan atau musim tertentu, kriteria mutu, jumlah yang dibutuhkan dan harga produk. Selain itu melalui asosiasi juga dilakukan pembinaan terhadap petani mengenai GAP dan SOP sehingga petani mampu memperoleh kualitas dan standar mutu tinggi untuk produk yang dihasilkan.

4. Mengefektifkan Jaringan Komunikasi Vertikal antara Para Pelaku *contract farming*

Apabila jaringan komunikasi vertikal berjalan efektif, maka spesifikasi mutu produk yang dibutuhkan pasar modern, misalnya restoran, hotel maupun pasar swalayan/supermarket (termasuk fluktuasi harga) dapat diketahui petani secara langsung pada pertemuan lintas sektoral tersebut. Dengan demikian dapat dibangun *supply chain management* melalui kelembagaan kemitraan agribisnis. Pada akhirnya dengan adanya komunikasi yang efektif antar pelaku *contract*

farming mampu meningkatkan tingkat kepercayaan sehingga hubungan *contract farming* dapat kontinyu.

KESIMPULAN

1. Berdasarkan pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa petani kecil di Indonesia masih menghadapi beberapa kendala baik internal maupun eksternal sehingga akses mereka ke pasar modern masih sangat terbatas. faktor-faktor penghalang bagi petani untuk menjual produknya ke pasar modern adalah (1) skala usaha kecil dan produksi sedikit, (2) lokasi tempat tinggal relatif jauh dari pasar modern, (3) kualitas produk rendah, (4) tidak mampu memasok secara kontinyu, (5) tidak memiliki cukup pengalaman memasarkan ke pasar modern, (6) input yang dibutuhkan terlalu mahal, dan (6) penguasaan teknologi yang masih sederhana. Di satu sisi perkembangan pasar modern di Indonesia sangat pesat dengan menerapkan (1) standar kualitas produk yang tinggi untuk memenuhi kebutuhan dan selera konsumen, dan (2) kontinyuitas pasokan produk dan belum percaya untuk menjadikan petani kecil sebagai pemasok produk mereka.
2. Praktik *contract farming* atau kemitraan usaha sudah berkembang di Indonesia. Meskipun demikian dalam pelaksanaannya ada beberapa mengalami kegagalan. Permasalahan yang muncul yaitu tidak adanya kontrak yang formal dan jelas sehingga berpeluang bagi petani maupun pihak mitra tidak mematuhi kontrak, kualitas produk yang tidak terpenuhi, *moral hazard* petani dan mitra, harga kontrak yang masih rendah, kurang memadainya bantuan teknis dan pasokan input ke petani kecil. Selain itu juga tingkat kepercayaan komunikasi yang kurang baik antara kedua pihak.
3. Gagasan *rebuild contract farming* sangat penting untuk dilakukan sebagai penyempurnaan praktik *contract farming* yang sudah ada. Gagasan tersebut mencakup mempertimbangkan unsur (1) *social networking*, (2) kepercayaan (*trust*), (3) perlunya kontrak atau aturan main yang jelas dan formal, (4) perlunya wadah bagi petani-petani kecil, dan (5) aspek kewirausahaan (*entrepreneurship*). Pihak-pihak yang dapat membantu mengimplementasikan gagasan tersebut yaitu petani dan pasar modern selaku pelaku utama *contract farming* dan juga melibatkan pemerintah, kelembagaan petani, dan pihak penunjang lainnya. Selanjutnya langkah-langkah strategis yang harus dilakukan yaitu: (1) formalisasi kontrak yang saling menguntungkan, (2) pembinaan kepada petani mencakup aspek kewirausahaan dan pelatihan teknis kepada petani kecil (3) membentuk kelembagaan (asosiasi) bagi petani kecil, dan (4) mengefektifkan komunikasi antar pelaku kemitraan.
4. Dengan adanya gagasan *rebuild contract farming* berupa penyempurnaan model *contract farming* yang sudah ada diharapkan petani dapat menangkap peluang dengan adanya pasar modern yang menawarkan keuntungan yang relatif tinggi. Pada akhirnya petani kecil dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan mereka. Di lain pihak, pasar modern mendapatkan pasokan yang lebih kontinyu dalam segi kuantitas dan kualitas. Pada akhirnya

pengembangan agribisnis di Indonesia akan berkembang dengan baik dengan adanya keterkaitan antar sub sistem.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2010. www.ina.or.id. [terhubung berkala] diakses 13 Maret 2010
- Badan Pusat Statistik [BPS]. 2010. www.bps.go.id. [terhubung berkala] diakses tanggal 3 Maret 2010.
- Batt, P. J. dan N. Rexha. 1999. Building Trust in Agribusiness Supply Chains: A Conceptual Model of Buyer-Seller Relationships in the Seed Potato Industry in Asia. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, Vol. 11(1)
- Damayanti, MN. 2009. Kajian Keberhasilan Pelaksanaan Kemitraan 1 Meningkatkan Pendapatan antara Petani Semangka di Kabupaten Kebumen Tengah dengan CV Bimandiri [skripsi]. Bogor: Fakultas Pertanian, IPB.
- Ditjenhorti. 2002. Pedoman Pelaksanaan Pengembangan Kawasan Agribisnis Sayuran Sumatera. Direktorat Jederal Bina Produksi Hortikultura. Jakarta: Departemen Pertanian.
- Dyer, J.H and Wujin Chu. 2002. The Role Trustworthiness in Reducing Transaction Cost and Improving Performance: Empirical Evidence From The United States, Japan, and Korea. Seoul: SNU Institute of Management.
- Eaton, C dan A. W. Shepherd. 2001. Contract Farming: Parternship for Growth. Roma: FAO Agricultural Services Bulletin No. 145
- Indraningsih KS, Ashari, dan Friyatno S. 2006. Strategi Pengembangan Model Kelembagaan Kemitraan Agribisnis Hortikultura di Bali. Bogor: PASEKP
- PricewaterhouseCoopers, 2006. From Beijing to Budapest: Winning Brands, Winning Formats, Edisi ke-4. Hong Kong.
- Kirsten, J dan K. Sartorius. 2002. Linking agribusiness and small-scale farmers in developing countries: is there a new role for contract farming?. *Development Southern Africa* Vol. 19, No. 4
- Reardon, T dan J.A Berdegue. 2002. The Rapid Rise of Supermarkets in Latin America: Challenges and Opportunities for Development. *Development Policy Review*, Vol. 20 (4): 371-388
- Saptana, Hastuti EL, Ashari, Indraningsih KS, Friyatno S, Sunarsih, dan Darwis V. 2005. Analisis Kelembagaan Kemitraan Pada Komoditas Hortikultura. Bogor: Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian.
- Saptana, Sunarsih, dan Indraningsih KS. 2006. Mewujudkan Keunggulan Komparatif Menjadi Keunggulan Kompetitif Melalui Pengembangan Kemitraan Usaha Hortikultura. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*. Bogor: Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian.
- Saptana, Daryanto A, Daryanto H.K, Kuntjoro. 2009. Strategi Kemitraan Usaha Dalam Rangka Peningkatan Daya saing Agribisnis Cabai Merah Di Jawa Tengah. Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian. Jakarta: Departemen Pertanian.
- World Bank, 2007. *Horticultural Producers and Supermarket Development in Indonesia*. Jakarta

LAMPIRAN

Tabel 1. Produk Domestik Bruto Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha (miliar rupiah)

Lapangan Usaha	2005	2006	2007	2008*)	2009**)
Pertanian, Peternakan, Kehutanan, Perikanan	364.169,3	433.223,4	541.931,5	716.065,3	858.252,0
Pertambangan dan Penggalian	309.014,1	366.520,8	440.609,6	540.605,3	591.531,7
Industri Pengolahan	760.361,3	919.539,3	1.068.653,9	1.380.713,1	1.480.905,4
Listrik, Gas dan Air Bersih	26.693,8	30.354,8	34.723,8	40.846,1	46.823,1
Konstruksi	195.110,6	251.132,3	304.996,8	419.642,4	554.982,2
Perdagangan, Hotel, dan Restoran	431.620,2	501.542,4	592.304,1	691.494,7	750.605,0
Pengangkutan dan Komunikasi	180.584,9	231.523,5	264.263,3	312.190,2	352.407,2
Keuangan, Persewaan, dan Jasa Perusahaan	230.522,7	269.121,4	305.213,5	368.129,7	404.116,4
Jasa-jasa	276.204,2	336.258,9	398.196,7	481.669,9	573.818,7
Produk Domestik Bruto	2.774.281,1	3.339.216,8	3.950.893,2	4.951.356,7	5.613.441,7
Produk Domestik Bruto Tanpa Migas	2.45.234,3	2.967.040,3	3.534.406,5	4.427.193,3	5.146.512,1

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2010 dalam www.bps.go.id. (diakses tanggal 3 Maret 2010)

Catatan : *) angka sementara **) angka sangat sementara

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Nama : Devi Mustikawati
 NIM : H34063279
 Departemen/Fakultas : Agribisnis/ Ekonomi dan Manajemen
 Tempat, tanggal lahir : Kudus, 24 Mei 1988
 Alamat : Pondok Sabrina, Jl Bateng No. 35 Dramaga
 Karya Ilmiah :
 1. LKTM Bidang IPA Tahun 2006 “ Pupuk Kompos Organik dari Sampah”
 2. PKMK didanai Dikti tahun 2008 “Inovasi Telur Asin dengan Variasi Rasa dari Telur Ayam Ras sebagai Alternatif Pengganti Telur Asin dari Telur Bebek”
 3. Bussinees Plan 3rd BGTC Tahun 2009 “Browsu : Brownies Tepung Sukun”
 4. Laporan Gladikarya Tahun 2009 “Pengembangan Kelompok Wanita Tani Sebagai Penguatan Sub-Sistem Pengolahan Agribisnis Singkong di Kelurahan Mekarwangi, Kecamatan Tanah Sareal, Kota Bogor”
 5. Makalah Lomba Cipta Produk Agroindustri dan Agribisnis Tahun 2010 “ Inovasi Dadih Susu Sapi dengan Variasi Rasa, Aroma, dan Warna Sebagai Alternatif Pangan Prebiotik Tradisional”
 Prestasi :
 1. PKMK didanai Dikti tahun 2008 “Inovasi Telur Asin dengan Variasi Rasa dari Telur Ayam Ras sebagai Alternatif Pengganti Telur Asin dari Telur Bebek”
2. Nama : Anif Lailatusifah
 NIM : A24063381
 Departemen/Fakultas : Agronomi dan Hortikultura/Pertanian
 Tempat, tanggal lahir : Kulon Progo, 30 Agustus 1988
 Alamat : Pondok Sabrina, Jl Bateng No. 35 Dramaga
 Prestasi:
 1. PKMK didanai Dikti tahun 2008 “Terarium In Vitro : Taman Mini Dalam Ruang”
 2. PKMP didanai Dikti tahun 2010 “Pengaruh Konsentrasi Paclobutrazol dalam Induksi Pembungaan (Flowering) Mawar Mini Hibrida Varietas Rosmarun dan Yulikara secara In Vitro”
 3. PKMK didanai Dikti tahun 2010 “Kultur Seni: Flowerbed in D’bottle”
3. Nama : Ririn Rihatni
 NIM : E34080064
 Departemen/Fakultas : Konservasi Sumberdaya Hutan dan Ekowisata/Kehutanan
 Tempat, tanggal lahir : Wonogiri, 09 Oktober 1989
 Alamat : Jl Mekar Saluyu 07 RT. 02/16 Cilendek Barat Bogor
 Karya Ilmiah:
 1. PKM AI tahun 2010 “Perspektif Masyarakat Sumba terhadap Kelestarian Hutan di Taman Nasional Mannupeu Tanadaru Nusa Tenggara Timur Indonesia

Pasar Modern

Pasar Modern

Pasar Modern

Pasar Modern