

INFORMASI PASAR AGRIBISNIS

Oleh: Ir. Lili Soerojo Danusastro M.Agr¹⁾

I. PERKEMBANGAN EKSPOR AGRIBISNIS INDONESIA

Sampai dengan sekitar tahun 1987 migas masih mendominasi ekspor Indonesia, namun sejak tahun 1987 terjadi pergeseran pola ekspor dimana ekspor non migas melampaui nilai ekspor migas. Keadaan ini terus berlanjut hingga saat ini. Usaha meningkatkan ekspor komoditas non migas tidak hanya dari segi nilai dan kuantitasnya saja, namun juga sekaligus diarahkan untuk merubah strukturnya yaitu berupa perubahan dari yang sifatnya bahan baku menjadi setengah jadi atau barang jadi maupun berupa pengembangan produk-produk baru yang memiliki potensi pasar di luar negeri.

Dari awal kegiatan ekspor Indonesia, sektor pertanian yang berupa bahan baku mentah ataupun bahan baku primer mendominasi ekspor non migas. Struktur ini, berdasarkan pengalaman yang ada tampaknya sangat sensitif mengingat kecenderungan harga produk

primer yang berfluktuasi dan cenderung untuk menurun di pasar internasional. Produksinya pun banyak dipengaruhi alam sehingga hasilnya relatif dan sulit untuk diprediksi. Tabel 1 dibawah ini menggambarkan kinerja ekspor pertanian dibandingkan sektor industri dan pertambangan. Sumber: BPS, diolah Departemen Perindustrian dan Perdagangan



Ekspor sektor pertanian dari tahun 1993 memperlihatkan peningkatan dari nilai US\$ 2.297 milyar menjadi US\$ 2,917 milyar tahun 1996, menurun 1,61% menjadi US\$ 2,870 milyar tahun 1997, namun kembali memperlihatkan peningkatan 21,56% mencapai nilai US\$ 3,659 milyar tahun 1998.

Peningkatan ini sangat membanggakan karena disaat ekspor non migas sektor industri dan tambang serta lainnya menunjukkan penurunan karena krisis ekonomi dan moneter, ekspor produk pertanian



¹⁾ Kepala Pusat Pengembangan Pasar Wilayah Amerika, Australia dan New Zealand, BPEN - Depperindag.

Tabel I. Perkembangan ekspor Indonesia per sektor

Dalam US\$ juta

THN	INDUSTRI	PERTANIAN	TAMBANG	LAINNYA	MIGAS	TOTAL
1993	23.292,8	2.296,8	1.485,8	2,0	9.745,41	36.823,0
1994	25.702,2	2.818,8	1.837,1	1,7	9.693,6	40.053,4
1995	29.328,2	2.888,5	2.735,3	1,6	10.464,4	45.418,0
1996	32.120,7	2.916,8	3.054,2	1,3	11.721,8	49.815,0
1997	35.248,0	2.869,8	3.170,5	5,3	11.622,5	53.444,0
1998	34.587,6	3.658,9	2.724,4	4,5	7.872,2	48.847,6

bahkan meningkat. Disini terlihat bahwa kelompok produk pertanian mampu bertahan terhadap krisis.

Dilihat dari perannya terhadap ekspor non migas, pangsa ekspor produk agribisnis yang berkisar 10,58 persen pada tahun 1998, walaupun meningkat masih relatif rendah, apalagi bila mempertimbangkan bahwa pertanian merupakan dasar usaha Indonesia. Perkembangan peran agribisnis terhadap ekspor non migas tercatat adalah 9,86% tahun 1993, 10,97% tahun 1994, 9,85% tahun 1995, 9,08% tahun 1996, 8,14% tahun 1997 dan 10,58% tahun 1998.

Sektor ekspor pertanian mencakup sekitar 20 kelompok produk yang mana jumlahnya sudah bertambah bila dibandingkan satu dasawarsa yang lalu. Dari nilai ekspornya, tujuh top kelompok produk ekspor pertanian Indonesia tahun 1998 adalah udang beku dengan nilai US\$ 1,007 milyar, hasil pertanian lainnya US\$ 647.819 juta, kopi US\$ 578,941 juta, ikan US\$ 389,894 juta, biji coklat US\$ 382,600 juta dan rempah-rempah US\$ 277,670 juta. Dengan demikian hanya 1 kelompok produk agribisnis yang telah melampaui nilai US\$ 1 milyar ekspornya, 2 kelompok dengan nilai ekspor US\$ 500 - US\$ 999

juta, 5 kelompok diantara US\$ 100 juta - US\$ 499 juta dan 12 kelompok produk dengan nilai dibawah US\$ 100 juta. Kelompok produk yang masih rendah ekspornya termasuk kelompok hortikultura, hasil kehutanan dan kayu gelondongan.

Peningkatan ekspor kelompok produk pertanian tahun 1998 antara lain diakibatkan kontribusi dari ekspor beberapa kelompok produk yang naik nilainya yaitu kayu bulat (27.195,12%), tembakau (46,09%), hasil pertanian lainnya (39,70%), biji-bijian (36,47%), biji coklat (29,70%). Peningkatan ini memberikan kontribusi senilai US\$ 384,027 juta terhadap ekspor total non migas Indonesia. Di sisi lain, tercatat penurunan ekspor untuk sepuluh kelompok produk yang terbesar diantaranya yaitu bulu bebek sekitar 51,31% dari nilai ekspor tahun 1997 US\$ 458 juta menjadi US\$ 223 juta, selain itu damar dan getah damar (50,77%), bahan nabati dan lainnya (47,32%) dan getah karet (40,46%).

Ekspor kelompok produk pertanian ditujukan kepada lebih dari sepuluh pasar di dunia. Tabel 2 dibawah ini memperlihatkan perkembangan ekspor beberapa kelompok produk serta daya saingnya

Tabel 2. Daya saing produk pertanian Indonesia, 1993,1997, 1998

NO	URAIAN	NILAI EKSPOR DAN PANGSA		
		1993	1997	1998
1.	Ikan, kerang dan moluska	1,416.136	1,619.387	1,613.349
	P. Pasar di:			
	- AS	6,12	7,43	8,18
	- Thailand	2,90	3,37	3,84
	- RRC	2,43	4,29	4,12
	- Jepang	0,50	1,26	1,21
	- Singapura	19,63	9,79	10,31
2.	Karet mentah,pugaran,sintetis	980.273	1,501.371	1,108.699
	P. Pasar di:			
	- AS	37,86	39,27	33,81
	- Singapura	51,51	45,71	38,06
	- Jerman	12,29	6,87	7,37
	- Jepang	11,58	15,50	12,35
	- Korea Selatan	3,83	10,28	16,27
3.	Kopi, teh,coklat,rempah-rempah	858.622	1,285.253	1,512.196
	P. Pasar di:			
	- AS	6,58	8,94	9,63
	- Singapura	26,58	48,41	62,79
	- Jepang	7,35	7,11	7,17
	- Jerman	5,01	1,20	1,33
	- Belanda	4,51	3,94	7,2h

Nilai ekspor dalam US \$ ribu, Pangsa dalam persen

Sumber: BPS,diolah oleh Departemen Perindustrian dan Perdagangan

Tabel diatas mernperlihatkan bahwa pangsa pasar ekspor terbesar untuk ke tiga kelompok produk pertanian adalah ke Singapura. Hai ini tidak terlepas dari kepiawaian Singapura di bidang jasa perdagangan dunia, dimana besar kernungkinan bahwa produk Indonesia yang tiba di Singapura akan kembali di re ekspor ke berbagai negara maju. Negara tujuan ekspor kedua terbesar setelah Singapura bervariasi antara AS dan Jepang. tergantung jenis kelompok produknya.

II. PERKEMBANGAN PASAR INTEKNASIONAL

Peluang untuk mengembangkan pasar ke berbagai negara tidak terlepas dari perkembangan nilai perdagangan dunia yang terus meningkat dari US\$ 10,202 trilyun tahun 1995 menjadi US\$ 10,655 trilyun tahun 1996 dan US\$ 11,188 trilyun tahun 1997. Tiibel dibawah memperlihatkan secara lebih rinci perkembangan perdagangan dunia dilihat dari impor dan ekspornya sebagai berikut:

Tabel 3. Perkeimbangan perdagangan dunia, 1995-1997

Dalam US\$ milyar				
NO.	EKSPOR	1995 (PANGSA)	1996 (PANGSA)	1997 (PANGSA)
1.	Negara Industri	3,458.000 (68,08)	3,548.200 (67,12)	3,628.100 (65,49)
2.	Negara Berkembang	1,621.400 (31,92)	1,738.400 (32,88)	1,917.000 (34,581)

3.	Asia	933.400 (18,38)	976.310 (18,47)	1,118.930 (20,17)
4.	Indonesia	45.417 (0,89)	49.814 (0,94)	53.443 (0,96)
5.	Dunia	5,079.400 (100)	5,286.500 (100)	5,546.000 (100)
IMPOR				
1.	Negara Industri	3,414.400 (66,65)	3,538.700 (65,92)	3,621.700 (64,20)
2.	Negara Berkembang	1,708.320 (33,35)	1,829.600 (34,08)	2,098.950 (37,20)
3.	Asia	988.510 (19,30)	1,040.740 (19,39)	1,139.280 (21,19)
4.	Indonesia	40.630 (0,79)	42.929 (0,79)	41.694 (0,73)
5.	Dunia	5,122.800 (100)	5,368.300 (100)	5,642.100 (100)

Sumber: IMF, 1998

Tabel 3 memperlihatkan kontribusi terbesar dari negara-negara industri baik di sisi ekspor maupun impor, yang mana mencapai diatas 65 persen untuk sektor ekspor dan 64 persen untuk sektor impor Pada tahun 1997, kontribusi negara berkembang tercatat 34,58 persen untuk ekspor dan 37,20 persen untuk impor Peran Indonesia masih sangat kecil yaitu 0,96 persen di sektor ekspor dan 0,73 persen di sektor import. Dalam Laporan Tahun 1998, *World Trade Organization* mencatat lima negara pengimpor utama di dunia adalah AS dengan nilai US\$ 899 milyar dan pangsa 16 persen serta pertumbuhan 9 persen dibandingkan dengan tahun 1996, diikuti oleh Jerman

senilai US\$ 441,5 milyar, pangsa 7,8 persen dan pertumbuhan minus 4 persen, Jepang nilai US\$ 338,8 milyar, pangsa 6,0 persen, impor menurun 3 persen, Inggris dan Perancis. Di sektor impor, Indonesia berada di peringkat ke 28.

Ekspor dunia untuk produk agribisnis pada tahun 1997 bernilai US\$ 579,9 milyar, menurun sekitar 1 persen dibandingkan tahun 1996, walaupun tahun 1996 mengalami peningkatan sekitar 1 persen dari tahun 1995 . Selama kurun 1990-1997, peningkatan ekspor dunia tercatat 5 persen . Tabel 4. Ekspor Pertanian berdasarkan wilayah, 1997

Dalam US\$ milyar

No	WILAYAH	NILAI	PERKEMBANGAN (%)		
			1997	1995	1996
1	Eropa Barat	237,9	3	0	(4)
2	Asia	113,6	7	3	2
3	Amerika Utara	110,4	4	1	(3)
4	Amerika Latin	68,8	8	5	12
5	Eropa Tengah/Timur	21,9	8	3	0
6	Afrika	21,7	4	4	0
7	Timur Tengah	5,7	3	5	(9)

Sumber: WTO. 1998

Tampaknya Eropa Barat merupakan pengeksport utama produk pertanian pada tahun 1997 diikuti oleh Asia, Amerika Utara, Amerika Latin, Eropa Tengah/Timur, Afrika dan Timur Tengah. Penurunan ekspor dialami oleh tiga wilayah yaitu Eropa Barat, Amerika Utara dan Timur Tengah. Di sisi lain ekspor dari Eropa Timur/Tengah dan Afrika tidak menunjukkan pertumbuhan. Jenis produk agribisnis yang diekspor sangat beragam meliputi produk komoditas seperti kopi, coklat, gandum, sereal lainnya sampai dengan produk perikanan seperti hasil laut, dan hortikultura. Ekspor produk agro Indonesia yang pada tahun 1997 bernilai US\$ 2,7 milyar atau sekitar 0,42 persen dari ekspor se Asia yang tentunya relatif masih sangat kecil.

Impor beberapa jenis produk agribisnis AS sebagai salah satu pasar utama dapat dilihat pada Tabel 5, dimana terlihat peningkatan permintaan AS dari dunia untuk kelompok produk kopi, teh, coklat dan rempah-rempah, selain juga untuk produk perikanan, buah dan sayur mayur. Bila dilihat dari kebutuhan pasar maka suplai dari Indonesia masih relatif kecil. Pesaing Indonesia untuk pasar AS beragam, berasal dari negara sesama Asia ataupun dari Amerika Latin dan Canada, serta dari negara tetangga "Paman Sam" yaitu dari Meksiko.

Tabel 5. Impor beberapa produk pertanian AS, 1997-1998

Dalam US\$ juta					
NO	KELOMPOK PRODUK	IMPOR DARI DUNIA DARI INDONESIA PESAING			
		1997	1999	1998	
1	Kopi, teh, coklat, rempah rempah (SITC 07)	5,963	5,782	Indonesia	557
				Colombia	696
				Mexico	574
				Canada	518
2	Karet mentah, sintetis dan pugaran (SITC 023)	1,873	1,675	Indonesia	566
				Thailand	232
				Canada	222
				Malaysia	122
3	Ikan, kerang-kerangan, moluska dan olahannya (SITC 03)	7,687	8,105	Indonesia	311
				Thailand	1,409
				Canada	1,405
				Equador	697
4	Minyak dan lemak nabati (SITC 42)	1,375	1,324	Indonesia	59
				Canada	305
				Philipina	299
				Italy	249
5	Buah-buahan dan sayur- sayuran (SITC 05)	7,744	8,372	Indonesia	84
				Mexico	2,647
				Canada	883
				Costarica	523

6	Kayu dan gabus (SITC 24)	8,185	7,625	Indonesia Canada Brasil Mexico	66 6,525 232 166
---	-----------------------------	-------	-------	---	---------------------------

Sumber: Department of Commerce, US

III. TANTANGAN, PELUANG DAN STRATEGI

Sebagai suatu negara yang menganut perekonomian terbuka, perubahan yang cepat dan kecenderungan tidak menentu serta makin ketatnya persaingan pasar menuntut peningkatan strategi dan langkah operasional untuk menciptakan iklim usaha yang mendorong dunia usaha semakin meningkatkan efisiensi dan daya saingnya. Hal ini tidak dapat ditunda mengingat dampak globalisasi yang semakin nyata, demikian pula implementasi dari WTO yang sudah harus mulai diantisipasi dari saat ini. Pengusaha dituntut untuk lebih luwes, lebih sensitif pada tuntutan pasar dan lebih jeli menangkap peluang yang terbuka di pasar serta terus menerus meningkatkan efisiensi dan daya saing perusahaannya. Globalisasi menuntut kelincahan dunia usaha dan kerja sama antar pelakunya dan dengan pemerintah dalam memperjuangkan kepentingan nasional di pasar dunia.

Tantangan lain juga disebabkan karena keterkaitan antara perekonomian kita dengan perkembangan eksternal maupun internal yang terjadi. Dengan diandalkannya ekspor sebagai penggerak pembangunan nasional, Indonesia sangat rentan terhadap dampak dari tiap perubahan ekonomi dunia yang berlangsung dan mendasar yang secara berimplikasi terhadap pengelolaan ekonomi nasional dan kegiatan usaha, dan hal ini sangat kompleks sifatnya. Sebagai contoh adalah ketersangkutan antara masalah politik, budaya dan sosial terhadap hubungan perdagangan termasuk ekspor impor Indonesia dengan negara tertentu, kesadaran akan kesehatan akan menyulitkan ekspor produk tembakau, kuatnya tuntutan kelompok pencinta lingkungan suatu negara akan merepotkan ekspor kayu tropis, disamping itu murahnya upah tenaga kerja tidak dapat lagi menjadi keunggulan komparatif karena maraknya isu hak pekerja yang dikaitkan dengan fasilitas akses pasar.

Tantangan yang dihadapi Indonesia dalam menembus pasar ekspor untuk produk agribisnisnya ke manca negara sangat beragam sesuai dengan karakteristik

pasar negara yang bersangkutan. Sebagai contoh AS dengan peraturan Sanitary and Phytosanitary Measures (SPS) yang bertujuan untuk melindungi mahluk hidup dari segala macam bentuk zat tambahan, kontaminan, racun ataupun organisme yang dapat menimbulkan penyakit yang berada didalam makanan. Peraturan ini juga bertujuan untuk melindungi mahluk hidup dari penyakit yang dibawa oleh tanaman atau hewan yang diimpor. Beberapa kalangan merasa bahwa peraturan ini merupakan salah satu tindakan proteksi baru dalam perdagangan produk pertanian. Peraturan lain di AS yang menyangkut impor produk agribisnis mencakup sistim HACCP (*Hazard Analysis Critical Control Point*) yang di berlakukan sejak tahun 1997. Ekspor semua tanaman hidup termasuk bagian tanaman, dan bunga potong serta tanaman hias harus mematuhi peraturan dari Departemen Pertanian (USDA) *Animal and Plant Health Inspection Service* (APHIS), *Plant Protection and Quarantine* (PPQ). Ijin tertulis dari PPQ-APHIS diperlukan untuk ekspor bunga potong dari genus *Azalea*, *Camellia*, *Gardania*, *Rhododendron*, *Rosa* dan *Syringa* ke AS. Hal lain yang juga harus dipenuhi adalah batas kandungan residue pestisida di produk tanaman, yang mana diatur oleh Federal Insecticide, Fungicide and Rodenticide Act (FIFRA). Dalam pada itu, detention untuk produk kopi dan teh, coklat serta rempah-rempah dikenakan bila produk yang diekspor berjamur, berwarna hitam, kerusakan karena lembab dan basah, mengandung serangga, pewarnaan coklat, derajat kematangan, buah yang kering, kandungan bahan asing dan kontaminasi bahan racun selama di cargo. Hal lain yang perlu diperhatikan adalah Nutrition Labelling yang menghamskan pemakaian label pada tiap bungkus produk makanan yang diekspor ke AS.

Negara Jepang memakai tiga macam peraturan yang berkaitan dengan impor pangan mereka yaitu *Food Safety Law* yang mengatur bahan kimia seperti zat tambahan atau pemanis, batas kandungan pestisida dll. *Plant Protection Law* berkaitan dengan SPS dan *Food Control Law* mengatur pemberian label dalam hal nilai gizi, alamat produsen serta importir lokal.

Persaingan antar negara berkembang juga merupakan tantangan yang tak bisa diabaikan. Produk agribisnis Indonesia yang pada umumnya mempunyai standar yang sama dengan pemasok pesaing lain mengakibatkan persaingan merebut pasar semakin tajam. Sebagai konsekuensi logis, posisi pembeli semakin diuntungkan atau dengan kata lain pembeli luar negeri semakin berpeluang menentukan pilihan. Oleh karena itu, produk yang diekspor harus bersaing dalam hal mutu, harga, kesinambungan pasokan, ketepatan waktu penyerahan serta paket menarik lainnya. Proteksionisme dalam bentuk hambatan tarif dan non tarif yang mengurangi peluang pasar merupakan kendala yang tidak dapat dihindari.

Sementara itu, masalah internal dalam upaya meningkatkan ekspor produk agribisnis terbentur pada berbagai hal yang memang sudah dihadapi dari dulu dan belum memperoleh solusi yang memuaskan menyangkut struktur budi daya produk agribisnis di Indonesia, iklim usaha, pelaku usaha, kerjasama antar lembaga dan sarana penunjang. Disamping itu untuk beberapa jenis produk agribisnis karena tergantungnya akan alam dan sulit diprediksi, tidak terlalu menarik bagi investor asing untuk menanamkan uangnya di sektor ini.

Kurang tersedianya informasi pasar tujuan ekspor menjadi tantangan bagi pelaku ekspor dalam upaya memasuki atau mengembangkan pasar. Dalam hal ini sangat diperlukan tersedianya informasi pasar yang berkenaan dengan situasi makro ekonomi, besarnya pasar, prosedur impor, hambatan tarif/non tarif untuk suatu pasar tertentu, cara pembayaran, standar mutu dan sebagainya. Kurangnya informasi juga mengakibatkan terbatasnya upaya diversifikasi produk agribisnis yang dibutuhkan pasar maupun pengembangan produk agribisnis baru yang mempunyai potensi pasar internasional. Mutu, kapasitas produksi dan kesinambungan pasokan masih merupakan kendala yang secara langsung terkait dengan daya saing produk agribisnis Indonesia di pasar internasional. Penyediaan modal kerja yang terbatas juga merupakan kendala yang dihadapi pelaku ekspor agribisnis dalam upaya memasuki pasar luar negeri.

Salah satu kendala ekspor agribisnis, situasi perekonomian dan tingkat perdagangan internasional juga menjanjikan berbagai peluang untuk dimanfaatkan sepenuhnya seperti tingginya nilai dan ekspor produk pertanian, peluang impor produk agribisnis di pasar dunia serta meningkatnya ekspor agribisnis Indonesia. Implikasi dari Perjanjian pendirian WTO yang memberikan harapan akan semakin liberalnya perdagangan

internasional dimana akses pasar semakin longgar dan tindakan proteksionistis yang lajim dilakukan oleh negara maju diharapkan akan berkurang. Aturan main yang tertuang dalam sejumlah perjanjian mengenai beberapa subyek yang juga disepakati di sidang Marakesh akan menjadi acuan yang dilaksanakan secara ketat. Peluang lainnya adalah semakin banyaknya ragam produk ekspor Indonesia yang merefleksikan keberhasilan upaya Pemerintah untuk mendersifikasi produk ekspor serta secara bertahap mengkonsentrasikan diri pada kelompok produk yang betul-betul tidak tergantung akan kandungan impor tinggi serta memiliki keunggulan komparatif.

Timbunan permasalahan dari krisis ekonomi, stabilitas yang belum menentu serta tuntutan rakyat menggiring kita pada kenyataan untuk mencari solusi yang tepat secepatnya dan salah satu pilihan adalah pengembangan ekspor untuk mendapatkan devisa sebanyak-banyaknya dimana sebagian akan digunakan untuk membiayai impor bahan baku. Produk agribisnis merupakan salah satu yang perlu ditingkatkan kinerjanya untuk ekspor karena memiliki berbagai keunggulan. Untuk itu diperlukan sasaran strategi dan pengembangannya.

Strategi pengembangan ekspor non migas termasuk produk agribisnis pada pokoknya diarahkan pada terciptanya struktur ekspor yang tangguh dan dapat dicapai jika produk ekspor telah beragam, pasar ekspornya luas serta pelakunya juga banyak dan profesional. Untuk itu strategi pengembangannya mencakup:

- Pengembangan produk ekspor agribisnis yang memiliki peluang pasar dan keunggulan komparatif dan kandungan lokalnya tinggi serta menyerap tenaga kerja.
- Meningkatkan daya saing produk ekspor melalui peningkatan efisiensi produktivitas, kapasitas dan perbaikan mutu.
- Pengembangan dan adaptasi produk.
- Memberikan bantuan permodalan, salah satunya melalui Bank Ekspor Indonesia (BEI).
- Mengurangi biaya ekonomi tinggi.
- Memanfaatkan tiap peluang pasar dan menciptakan peluang pasar baru.
- Meningkatkan kegiatan promosi dan penerobosan pasar potensial.
- Meningkatkan upaya memperoleh akses pasar yang lebih luas melalui forum kerjasama multilateral dan bilateral.
- Meningkatkan fungsi perwakilan di luar negeri.
- Mendorong dunia usaha agar lebih aktif secara langsung terjun ke pasar dan mengadakan kerjasama dengan pengusaha importir. ■