

EKONOMI PERTANIAN



Tim Penulis :

Muhammad Asir, Sandriana J Nendissa, Prisca Nurmala Sari, Indriana, Helin G Yudawisastra, Zainal Abidin,
Penerbitwidina@gmail.com Rahman Hakim, Wanda Kristini, Anggita Tresliyana Suryana, Wahyu Setya Ratri,
Rahmah Farahdita Soeyatno.

EKONOMI PERTANIAN

Tim Penulis :

Muhammad Asir, Sandriana J Nendissa, Prisca Nurmala Sari, Indriana, Helin G Yudawisastra, Zainal Abidin, Ria Indriani, Nurdiana, Arief Rahman Hakim, Wanda Kristini, Anggita Tresliyana Suryana, Wahyu Setya Ratri, Rahmah Farahdita Soeyatno.



EKONOMI PERTANIAN

Tim Penulis:

**Muhammad Asir, Sandriana J Nendissa, Prisca Nurmala Sari, Indriana, Helin G
Yudawisastra, Zainal Abidin, Ria Indriani, Nurdiana, Arief Rahman Hakim,
Wanda Kristini, Anggita Tresliyana Suryana, Wahyu Setya Ratri,
Rahmah Farahdita Soeyatno.**

Desain Cover:

Helmaria Ulfa

Tata Letak:

Handarini Rohani

Editor:

Evi Damayanti

ISBN:

978-623-459-212-2

Cetakan Pertama:

Oktober, 2022

Hak Cipta 2022, Pada Penulis

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang

Copyright © 2022

by Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung

All Right Reserved

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT:

WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG

(Grup CV. Widina Media Utama)

Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

Anggota IKAPI No. 360/JBA/2020

Website: www.penerbitwidina.com

Instagram: @penerbitwidina

PRAKATA

Rasa syukur yang teramat dalam dan tiada kata lain yang patut kami ucapkan selain rasa syukur, karena berkat rahmat dan karunia-Nya buku yang berjudul Ekonomi Pertanian ini telah dapat di terbitkan untuk dapat dikonsumsi oleh khalayak banyak. Usaha yang dilakukan oleh manusia untuk memenuhi kebutuhannya salah satunya ialah dengan melakukan kegiatan di bidang pertanian. Bidang pertanian merupakan kebutuhan primer dalam hidup manusia. Sektor pertanian tidak bisa terlepas dari kebutuhan sehari-hari. Kita tahu bahwa kebutuhan manusia itu tidak terbatas sehingga dalam ilmu pertanian perlu menggunakan penghitungan dengan ilmu ekonomi. Awal munculnya ilmu ini ketika ilmu pertanian dalam penerapannya menggunakan ilmu ekonomi. Ekonomi pertanian adalah ilmu sosial (kemasyarakatan) yang penting ditinjau dari kemanfaatannya, area disiplinnya dan hubungannya dengan disiplin ilmu lainnya.

Masalah ekonomi pertanian yang pokok bersumber pada kebutuhan manusia yang tidak terbatas akan produk-produk pertanian, sedangkan sumber daya (faktor produksi) pertanian yang digunakan untuk menghasilkan produk-produk pertanian tersebut bersifat terbatas (langka). Ilmu pertanian dalam penerapannya membutuhkan disiplin ilmu yang lain. Pada dasarnya apabila hanya menggunakan ilmu pertanian maka tidak dapat menentukan seberapa banyak kebutuhan bahan makanan yang harus dipenuhi dari bidang pertanian, maka harus ada disiplin ilmu yang lain. Salah satu disiplin ilmu yang dibutuhkan oleh berbagai bidang ialah ilmu ekonomi. Ilmu ekonomi kaitannya dengan ilmu pertanian dengan berbagai jenis prinsip dasar ekonomi yang digunakan dalam ilmu pertanian.

Tujuan utama dari berbagai pendekatan teori ekonomi untuk bidang pertanian adalah meningkatkan peranan pertanian dalam pembangunan perekonomian suatu negara. Ilmu ini sangat penting apalagi untuk negara yang pendapatan utama negara masih bergantung pada sektor pertanian. Penghitungan yang tepat akan membuat penggunaan dan pemanfaatan

sektor ekonomi dengan baik sehingga dapat meningkatkan perekonomian negara. Ruang lingkup ekonomi pertanian ini tentu gabungan dari ilmu ekonomi dan ilmu pertanian. Perpaduan dua disiplin ilmu sehingga ilmu yang dimiliki dapat diterapkan dengan baik dalam kehidupan sehari-hari terutama bagi para ahli dibidangnya.

Oleh karena itu buku yang berjudul digital Ekonomi Pertanian ini hadir sebagai bagian dari upaya untuk menambah khazanah, diskusi Ekonomi Pertanian. Akan tetapi pada akhirnya kami mengakui bahwa tulisan ini terdapat beberapa kekurangan dan jauh dari kata sempurna, karena sejatinya kesempurnaan hanyalah milik Tuhan semata. Maka dari itu, kami dengan senang hati secara terbuka untuk menerima berbagai kritik dan saran dari para pembaca sekalian, hal tersebut tentu sangat diperlukan sebagai bagian dari upaya kami untuk terus melakukan perbaikan dan penyempurnaan karya selanjutnya di masa yang akan datang.

Terakhir, ucapan terimakasih kami sampaikan kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan turut andil dalam seluruh rangkaian proses penyusunan dan penerbitan buku ini, sehingga buku ini bisa hadir di hadapan sidang pembaca. Semoga buku ini bermanfaat bagi semua pihak dan dapat memberikan kontribusi bagi pembangunan ilmu pengetahuan di Indonesia, khususnya terkait Ekonomi Pertanian.

Oktober, 2022

Penulis

DAFTAR ISI

PRAKATA	iii
DAFTAR ISI	v
BAB 1 ARTI DAN RUANG LINGKUP ILMU EKONOMI DAN PERTANIAN	1
A. Pengertian Ilmu Ekonomi	2
B. Ruang Lingkup Ilmu Ekonomi	3
C. Pengertian Pertanian	7
D. Ruang Lingkup Pertanian	8
E. Rangkuman Materi	12
BAB 2 SUMBER DAYA PERTANIAN	15
A. Pendahuluan	16
B. Sektor Pertanian	17
C. Sumber Daya Pertanian	24
D. Peranan Sumber daya Pertanian	27
E. Klasifikasi Usaha di Bidang Pertanian	29
F. Rangkuman Materi	32
BAB 3 TEORI PRODUKSI PERTANIAN	37
A. Pendahuluan	38
B. Fungsi Produksi	39
C. Kurva Total Produksi	40
D. Efek dari Pemakaian Teknologi	44
E. Elastisitas Produksi	45
F. Maksimisasi Keuntungan dari Perspektif Produksi	46
G. Rangkuman Materi	49
BAB 4 BIAYA PRODUKSI	55
A. Macam-Macam Biaya Produksi	57
B. Perhitungan Biaya Produksi	58
C. Tujuan Perhitungan Biaya Produksi	58
D. Jenis- Jenis Biaya Produksi	65
E. Unsur Biaya Produksi	66
F. Teori Biaya Produksi	67
G. Cara Menghitung Biaya Produksi	67
H. Rangkuman Materi	67

BAB 5 PERMINTAAN DAN PENAWARAN	71
A. Permintaan (<i>Demand</i>)	72
B. Penawaran (<i>Supply</i>)	80
C. Keseimbangan (<i>Equilibrium</i>)	86
D. Rangkuman Materi	91
BAB 6 PEMASARAN KOMODITI PERTANIAN	95
A. Pendahuluan	96
B. Pemasaran	96
C. Pengembangan Pemasaran Pertanian	102
D. Sistem Pemasaran Pertanian	106
E. Lembaga dan Saluran, Fungsi, dan Kegunaan Pemasaran Komoditas Pertanian	107
F. Pendekatan Sistem, Terbentuknya Pemasaran Pertanian	109
G. Rangkuman Materi	116
BAB 7 PASAR DAN KEBIJAKAN PERTANIAN	121
A. Struktur Pasar	122
B. Pokok-pokok Kebijakan Pertanian	126
C. Rangkuman Materi	135
BAB 8 PASAR DAN KEBIJAKAN PERTANIAN	139
A. Pengertian Pasar	140
B. Pengertian Kebijakan Pertanian	142
C. Kebijakan Pemerintah terhadap Pembangunan Pertanian di Indonesia	143
D. Kebijakan Impor Komoditas Pangan yang Memarjinalkan Petani	148
E. Kebijakan Pertanian di Indonesia dalam Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0	150
F. Rangkuman Materi	152
BAB 9 PASAR DAN KEBIJAKAN PEMERINTAH	159
A. Pendahuluan	160
B. Pasar Produk Pertanian	160
C. Kebijakan Pemerintah	168
D. Rangkuman Materi	178
BAB 10 PERDAGANGAN INTERNASIONAL	183
A. Pendahuluan	184

B. Manfaat Perdagangan	185
C. Konsep Perdagangan Internasional	185
D. Prinsip Keunggulan Absolut	187
E. Prinsip Keunggulan Komparatif	188
F. Nilai Tukar Perdagangan (<i>Term Of Trade</i>)	191
G. Hambatan Perdagangan	193
H. Hambatan Tarif	194
I. Dampak Pemberlakuan Tarif Pada Negara Besar dan Negara Kecil	195
J. Hambatan Non Tarif	196
K. Rangkuman Materi	199
BAB 11 PEMBANGUNAN PERTANIAN BERKELANJUTAN	203
A. Pendahuluan	204
B. Pembangunan Pertanian Berkelanjutan	204
C. Strategi Pertanian Berkelanjutan	206
D. Rangkuman Materi	209
BAB 12 PROGRAM-PROGRAM PERTANIAN	213
A. Pendahuluan	214
B. Rincian Pembahasan Materi	214
C. Rangkuman Materi	219
BAB 13 PERJANJIAN DAN KERJASAMA INTERNASIONAL DALAM HASIL PERTANIAN	223
A. Pendahuluan	224
B. Teori Kerja sama Internasional	226
C. Perjanjian <i>Preferential Trade Agreement</i> dan <i>Free Trade Agreement di Asean</i>	228
D. Fta/Pta Bilateral Indonesia	233
E. Regional <i>Comprehensive Economic Partnership</i> (RCEP) dan <i>Trans Pacific Partnership</i> (TPP)	236
F. Peraturan Pemerintah di Sektor Pertanian	238
G. Kerja Sama Internasional Pertanian Indonesia Oleh Pemerintah Daerah	241
H. <i>Role Of Origin</i> (ROO) Pada Produk Pertanian Indonesia	243
I. Posisi Kerja sama Pemasaran Produk Pertanian Lokal Dalam Perdagangan Bebas	253

J. <i>Traceability</i> /Ketelusuran Produk Pertanian	260
K. Rangkuman Materi	261
GLOSARIUM	268
PROFIL PENULIS	276



EKONOMI PERTANIAN

BAB 1: ARTI DAN RUANG LINGKUP ILMU EKONOMI DAN PERTANIAN

Dr. Muhammad Asir, S.P., M.Si.

Politeknik LP3I Makassar

BAB 1

ARTI DAN RUANG LINGKUP ILMU EKONOMI DAN PERTANIAN

A. PENGERTIAN ILMU EKONOMI

Secara harfiah, ekonomi berasal dari dua kata, yakni *oikos* yang berarti rumah tangga atau keluarga dan juga *nomos* yang memiliki arti peraturan atau hukum yang berlaku. Jadi bisa disimpulkan ekonomi merupakan sebuah aturan atau hukum yang berlaku di sebuah keluarga atau rumah tangga. Ilmu ekonomi sendiri bisa diartikan sebagai sebuah ilmu yang mempelajari semua hal yang berkaitan dengan pemanfaatan sumber daya, produksi, pertumbuhan ekonomi, pemenuhan kebutuhan, dan kesejahteraan. Beberapa ahli turut mengungkapkan pandangannya tentang arti dari ilmu ekonomi.

Berdasarkan istilah tersebut, ekonomi dimaksudkan sebagai “Mengurus (manajemen) rumah tangga”. Pengertian ini kemudian berkembang menjadi “segala upaya dan tindakan manusia memenuhi kebutuhannya”. Jadi ekonomi dapat diartikan segala sesuatu yang ada hubungannya dengan usaha dan tindakan manusia dalam memenuhi kebutuhannya (Zahari, 2022).

Ilmu ekonomi merupakan bagian dari ilmu sosial yang mempelajari bagaimana individu atau kelompok memenuhi kebutuhannya. Ilmu ekonomi terus mengalami perkembangan dari masa ke masa, karena pada dasarnya manusia melakukan kegiatan ekonomi sejak manusia ada. Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi terus dilakukan kajian-kajian mendalam mengenai ilmu ekonomi. Kajian-kajian yang dilakukan menghasilkan konsep-konsep baru atau hanya meninjau konsep-konsep lama yang telah ada (Sakinah, 2020).

Menurut pendapat beberapa ahli:

- Aristoteles
Aristoteles berpendapat bahwa ilmu ekonomi adalah suatu cabang yang bisa digunakan melalui dua jalan yaitu adanya kemungkinan untuk dipakai dan kemungkinan untuk ditukarkan dengan barang (nilai pemakaian dan nilai pertukaran).
- Adam Smith
Ilmu ekonomi menurut Adam Smith, merupakan ilmu sistematis yang mempelajari tingkah laku manusia dalam usahanya untuk mengalokasikan sumber daya yang terbatas untuk mencapai tujuan tertentu.
- M. Manullang
Menurut M. Manullang ilmu ekonomi adalah ilmu yang mempelajari tentang bagaimana memenuhi keinginan manusia atau masyarakat demi tercapainya kemakmuran. Kemakmuran adalah kondisi dimana manusia bisa memenuhi kebutuhannya, baik berupa barang atau jasa.
- Von Neumann dan Mogenstern
Menurut Von Neumann dan Mogenstern, ilmu ekonomi adalah disiplin ilmu yang sangat disayangkan apabila digunakan secara tidak ilmiah. Sebab para tokoh terkemukanya sibuk mengurus solusi untuk masalah yang terjadi pada zaman itu.

B. RUANG LINGKUP ILMU EKONOMI

Terdapat 2 ruang lingkup ilmu ekonomi, yaitu:

a) Ekonomi mikro (*microeconomics*)

Ilmu ekonomi yang mempelajari bagian kecil atau aspek individual dari kegiatan perekonomian. Analisis ekonomi mikro menggunakan analisis konsumen (dalam menggunakan pendapatannya) dan produsen (dalam menawarkan barangnya) dalam pasar. Ekonomi mikro juga disebut sebagai teori harga karena inti dari ekonomi mikro adalah penentuan harga.

Kajian tentang ilmu ekonomi mikro ini memiliki tujuan untuk menganalisis suatu kegagalan keputusan ekonomi. Biasanya, teori ekonomi mikro akan memunculkan analisis rasional serta memunculkan hasil analisis secara teoritis yang memungkinkan pasar persaingan

sempurna. Perilaku ekonomi mikro ini berguna untuk menganalisis pengaruhnya terhadap permintaan dan penawaran produk barang maupun jasa, adanya penentuan harga, serta dapat dipakai untuk menentukan jumlah penawaran dan permintaan berikutnya. Selanjutnya, analisis dari kajian ekonomi mikro memungkinkan munculnya penjelasan rasional atau suatu keputusan ekonomi yang kemudian dapat dimanfaatkan sebagai pertimbangan dalam mengatasi suatu kegagalan dalam pengambilan keputusan ekonomi sebelumnya. Analisis ekonomi mikro atau mikro ekonomi dibagi menjadi empat, yaitu teori harga, teori produksi, teori distribusi, dan teori konsumsi (Abdhul, 2022).

Ruang lingkup ekonomi mikro, meliputi (Abdhul, 2022):

- **Interaksi di Pasar Barang**
Ruang lingkup ekonomi mikro yang pertama adalah adanya interaksi di pasar barang. Pasar merupakan tempat pertemuan antara permintaan dan penawaran. Pasar dapat menjadi tempat di mana penjual dan pembeli bertemu untuk melakukan transaksi jual-beli.
- **Perilaku Penjual dan Konsumen**
Ruang lingkup ekonomi mikro yang kedua adalah perilaku penjual dan konsumen. Keduanya memiliki sifat yang rasional, di mana penjual menginginkan keuntungan maksimal, sementara pembeli menginginkan kepuasan optimal, baik dari segi kualitas dan harga produk. Menganalisis perilaku penjual dan pembeli harus melakukan asumsi dan perlu diperhatikan, yaitu adanya aktivitas ekonomi antara penjual dan pembeli yang dilakukan secara rasional dan terbuka.
- **Interaksi Pasar Faktor Produksi**
Selanjutnya, ekonomi mikro memiliki ruang lingkup yakni interaksi di pasar faktor produksi. Dari sisi sang penjual yang memiliki produk untuk memenuhi kebutuhan membutuhkan faktor produksi yang dilakukan dengan cara membeli juga. Sementara dari konsumen atau pembeli, membutuhkan uang untuk dapat memenuhi kebutuhannya.
- **Teori Nilai Guna**
Ruang lingkup ekonomi mikro yang selanjutnya adalah nilai guna. Nilai guna pada ekonomi mikro merupakan cara mempelajari bagaimana suatu barang dapat menghasilkan kegunaan atau

kepuasan untuk konsumen atau pembeli yang menggunakan barang tersebut.

- Teori Struktur Pasar

Adanya teori struktur pasar dalam ruang lingkup ekonomi mikro menjadi cara untuk menjelaskan penggolongan pasar berdasarkan pada jumlah perusahaan, karakteristik, atau jenis produk. Aspek kemudahan perusahaan atau produsen untuk keluar dan masuk dari suatu pasar juga diperlukan di sini. Struktur pasar biasanya dinyatakan sebagai struktur pasar yang non-kompetitif.

- Elastisitas Harga

Elastisitas harga juga penting dilakukan pada ekonomi mikro. Elastisitas harga berguna untuk mempelajari bagaimana harga-harga suatu barang maupun jasa terbentuk di pasar. Harga ini dipengaruhi oleh seberapa banyak jumlah permintaan.

- Industri

Ekonomi mikro juga mempelajari bagaimana arus perputaran barang dan jasa dapat terbentuk. Nantinya, teori ini mampu menganalisis barang produksi, produsen, konsumen, dan distribusi dalam hal kemungkinan rasional dalam pengambilan keputusan ekonomi.

- Pasar *Input*

Terakhir yakni pasar *input* yang terdapat pada ekonomi mikro. Dalam ekonomi mikro, pasar *input* mempelajari bagaimana produsen memperoleh bahan-bahan produksi dengan biaya yang seminimal mungkin, namun dapat menghasilkan barang atau jasa yang memiliki nilai jual tinggi.

b) Ekonomi makro (*macroeconomics*)

Ilmu ekonomi makro mempelajari keseluruhan perilaku ekonomi yang berkaitan dengan penggunaan faktor produksi yang tersedia secara efisien demi mencapai kemakmuran masyarakat yang maksimal. Ekonomi makro dikenal juga sebagai teori pendapatan karena inti ekonomi makro adalah penentuan tingkat kegiatan ekonomi yang diukur dengan pendapatan.

Ekonomi makro adalah instrumen dalam melakukan analisa dan merancang serangkaian target kebijakan yang berkaitan dengan masalah ekonomi. Termasuk inflasi, tenaga kerja, pertumbuhan ekonomi hingga

keseimbangan neraca pembayaran yang berlangsung secara terus-menerus. Cabang ilmu ekonomi makro juga dapat dipakai dalam melakukan analisis terhadap produsen secara menyeluruh. Konsumen juga tak luput dari sasaran, menganalisa dalam konteks bagaimana mengalokasikan pendapatan untuk membeli produk atau barang serta jasa. Ekonomi makro menjadi bagian penting dari cabang ilmu ekonomi dan tak terpisahkan.

Menurut Zahari dkk (2022), teori ekonomi makro berkaitan dengan aspek kegiatan ekonomi agregat (umum). Jika dia adalah produsen, maka dia adalah produsen seluruh perekonomian. Jika perilaku konsumen, maka perilaku konsumen dianalisis terhadap penggunaan pendapatan (*income*) untuk kebutuhan membeli berbagai barang/ jasa atas hasil produksi dari keseluruhan kegiatan perekonomian. Apabila pemerintah, maka kebijakan pemerintah yang dapat diterapkan guna memecahkan permasalahan ekonomi secara keseluruhan, misalnya; masalah pertumbuhan ekonomi, konsumsi, investasi, inflasi, pengangguran, tabungan, suku bunga, mata uang, nilai tukar, neraca pembayaran, dan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN).

Ruang lingkup ekonomi makro, meliputi (Sampoerna University, 2022):

- **Penentuan Tingkat Kegiatan Ekonomi**
 Ekonomi makro memaksa negara menjelaskan kemampuan dalam memproduksi barang dan jasa, dengan begitu ruang lingkungnya meliputi beberapa hal. Seperti pengeluaran perusahaan (investasi), pengeluaran pemerintah, ekspor dan impor hingga pengeluaran rumah tangga untuk konsumsi.
- **Kebijakan Pemerintah**
 Pemerintah suatu negara harus melakukan berbagai upaya untuk menanggulangi permasalahan ekonomi, baik melalui kebijakan fiskal maupun moneter. Kebijakan fiskal di sini merupakan serangkaian langkah yang dilakukan pemerintah mengubah jumlah dan struktur pajak. Tujuannya adalah mempengaruhi kegiatan ekonomi negara dan juga masyarakat di dalam negara tersebut. Kebijakan moneter, adalah langkah pemerintah dalam memberi pengaruh terhadap

seberapa banyak jumlah uang yang berada di masyarakat dalam koridor perekonomian.

- **Pengeluaran Agregat**

Artinya pengeluaran yang menyeluruh, apabila pengeluaran ini tidak bisa mencapai tingkat ideal maka akibatnya adalah muncul masalah pada perekonomian. Terwujudnya kesempatan kerja yang mengawasi laju inflasi, idealnya pengeluaran ini berada pada tingkat yang dibutuhkan.

C. PENGERTIAN PERTANIAN

Pertanian adalah kegiatan mengelola lahan atau fasilitas lain yang menggantikan fungsi lahan dan upaya modifikasi iklim mikro dalam budidaya tanaman (dan atau ternak) serta kegiatan lainnya yang terkait langsung dengan proses budidaya dan pengelolaan pasca panennya. Sektor pertanian merupakan sektor yang strategis dan berperan penting dalam perekonomian nasional dan kelangsungan hidup masyarakat, penyedia lapangan kerja dan penyediaan pangan dalam negeri. Pertanian adalah kegiatan pemanfaatan sumber daya hayati yang dilakukan manusia menghasilkan bahan pangan, bahan baku industri, atau sumber energi, serta untuk mengelola lingkungan hidup. Oleh karenanya sektor pertanian adalah sektor yang paling dasar dalam perekonomian yang merupakan penopang kehidupan produksi sektor-sektor lainnya seperti subsektor perikanan, subsektor perkebunan, subsektor peternakan (Iskandar, 2005)

Pembangunan di bidang pertanian adalah suatu hal yang tidak dapat ditawar-tawar lagi, karena sebagian besar rakyat Indonesia mengkonsumsi beras dan bekerja di sektor pertanian. Sedangkan peranan penting dari sektor pertanian itu sendiri adalah dalam membentuk penyediaan kesempatan kerja dan berkontribusi terhadap pembentukan produk domestik bruto dan ekspor (Tulus, 2006).

Menurut Latumahina dkk (2021), pertanian Indonesia mempunyai kontribusi besar terhadap kesejahteraan masyarakat. Tak dapat dipungkiri tingkat kebutuhan terhadap produk-produk pertanian, yaitu peningkatan bahan-bahan pangan sebagai dampak dari pertambahan jumlah penduduk dan pemenuhan gizi.

Menurut pendapat beberapa ahli:

- Van Aarsten
Pertanian merupakan kegiatan manusia yang dilakukan untuk memperoleh hasil yang berasal dari tumbuh-tumbuhan dan hewan yang pada mulanya dicapai dengan jalan sengaja untuk menyempurnakan segala kemungkinan yang telah diberikan oleh alam guna mengembangbiakkan tumbuhan dan hewan tersebut.
- Mosher
Pertanian merupakan bentuk produksi yang khas didasarkan pada proses pertumbuhan tanaman dan hewan. Petani mengelola dan merangsang pertumbuhan tanaman dan hewan dalam suatu usaha tani dimana kegiatan produksi merupakan bisnis sehingga pengeluaran dan pendapatan mempunyai arti yang sangat penting.
- Pantjar Simatupang
Pertanian bukan sekadar sebuah aktivitas ekonomi untuk menghasilkan pendapatan bagi petani saja. Lebih dari itu pertanian dapat menjadi sebuah cara hidup atau *way of life* sebagian besar petani. Oleh karena itu sistem dan sektor pertanian harus menempatkan subjek petani sebagai pelaku sektor pertanian secara utuh. Konsekuensi pandangan ini adalah dikaitkannya unsur-unsur nilai sosial dan budaya lokal yang memuat aturan dan pola hubungan sosial, politik, ekonomi dan budaya ke dalam kerangka paradigma pembangunan sistem pertanian secara menyeluruh.

D. RUANG LINGKUP PERTANIAN

a) Iklim

Menurut Surmaini dkk. (2015), Perubahan iklim (*climate change*) merupakan hal yang tidak dapat dihindari akibat pemanasan global (*global warming*) dan diyakini akan berdampak luas terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk sektor pertanian. Perubahan pola curah hujan, peningkatan frekuensi kejadian iklim ekstrem, serta kenaikan suhu udara dan permukaan air laut merupakan dampak serius dari perubahan iklim yang dihadapi Indonesia. Pertanian merupakan sektor yang mengalami dampak paling serius akibat perubahan iklim.

Perubahan iklim diyakini akan berdampak buruk terhadap berbagai aspek kehidupan dan sektor pembangunan, terutama sektor pertanian, dan dikhawatirkan akan mendatangkan masalah baru bagi keberlanjutan produksi pertanian, terutama tanaman pangan. Pada masa mendatang, pembangunan pertanian akan dihadapkan pada beberapa masalah serius, yaitu:

1. Penurunan produktivitas dan pelandaian produksi yang membutuhkan inovasi teknologi untuk mengatasi,
2. Degradasi sumber daya lahan dan air yang mengakibatkan *soil sickness*, penurunan tingkat kesuburan dan pencemaran,
3. Variabilitas dan perubahan iklim yang mengakibatkan banjir dan kekeringan,
4. Alih fungsi dan fragmentasi lahan pertanian.

Perubahan iklim merupakan proses alami yang bersifat tren yang terus menerus dalam jangka panjang. Oleh karena itu, strategiantisipasi dan penyiapan teknologi adaptasi merupakan aspek kunci yang harus menjadi rencana strategis Kementerian Pertanian dalam rangka menyikapi perubahan iklim dan mengembangkan pertanian yang tahan (*resilience*) terhadap perubahan iklim. Besarnya dampak perubahan iklim terhadap pertanian sangat bergantung pada tingkat dan laju perubahan iklim di satu sisi serta sifat dan kelenturan sumber daya dan sistem produksi pertanian di sisi lain. Untuk itu, diperlukan berbagai penelitian dan pengkajian tentang perubahan iklim dan dampaknya terhadap sektor pertanian, baik sumber daya, infrastruktur, maupun sistem usaha tani/ agribisnis dan ketahanan pangan nasional (Surmaini dkk., 2015).

Petani menyadari perubahan iklim dan dampaknya terhadap produksi tanaman pangan telah mampu mengembangkan strategi mata pencaharian, serta adaptasi yang mereka lakukan dengan cara yang terus menerus bisa dilakukan untuk mengatasi dampak perubahan iklim yang tidak menentu terhadap produksi tanaman pangan (Ayunwuy, dkk., 2010). Soejono, dkk. (2009) menyatakan bahwa faktor-faktor yang signifikan terhadap produksi adalah pupuk, obat-obatan dan tenaga kerja. Sedangkan faktor yang tidak signifikan berpengaruh terhadap produksi adalah luas lahan dan benih.

b) Komoditas

Komoditas pertanian merupakan berbagai produk hasil dari usaha tani yang dapat diperjualbelikan, disimpan, dan dipertukarkan. Komoditas pertanian meliputi hasil perkebunan, tanaman pangan, perikanan budidaya dan tangkap, peternakan, tanaman hortikultura kelompok sayuran dan buah-buahan, dan komoditas kehutanan.

Komoditas pertanian adalah berbagai produk pertanian yang dapat dibeli, dijual, disimpan, dan ditukar. Produk pertanian meliputi produk dari hutan tanaman, tanaman pangan, budidaya, perikanan, ternak, sayuran, pohon buah-buahan, hortikultura, dan hasil hutan. Hasil perkebunan dapat berupa kelapa sawit, teh, tebu, cengkeh, karet, kelapa dan tembakau. Sedangkan pangan dapat berupa pangan pokok seperti beras, jagung, ubi kayu, ubi jalar, dan kacang-kacangan. Hasil perikanan dapat dibedakan menjadi perikanan budidaya dan perikanan tangkap. Contoh budidaya dapat dihasilkan dari budidaya laut, sawah, keramba, kolam, laguna dan jaring apung. Sedangkan sampel hasil perikanan yang dapat diperoleh dari hasil tangkapan laut atau air tawar dikelompokkan ke dalam kelompok ikan, krustasea, moluska, dan tumbuhan air.

Hasil perikanan juga termasuk dalam klasifikasi pertanian berupa daging sapi, kerbau, kambing, ayam (desa dan breed), babi, telur, susu mentah, dan pakan ternak yang biasanya dijual dalam satuan pon. Tanaman hortikultura yang termasuk dalam produk pertanian adalah sayuran dan buah-buahan. Kelompok sayuran dapat mencakup cabai rawit, cabai merah, bawang putih, bawang merah, bayam, sawi, tomat, wortel, dan banyak lagi. Sedangkan contoh kelompok buah-buahan adalah apel, alpukat, jeruk, nangka, pisang, rambutan, pepaya, dan lain-lain. Hasil hutan seperti kayu bulat dan kayu bakar juga termasuk dalam produk pertanian yang memenuhi syarat untuk perdagangan internasional.

c) Saprodi

Untuk mencapai hasil yang tinggi dan agar usaha tani dapat memberikan keuntungan yang besar, diperlukan kemampuan untuk menentukan jumlah dan jenis saprodi secara tepat. Penggunaan teknologi tepat guna dapat menghemat pemakaian saprodi tanpa menurunkan hasil pertanian, sehingga keuntungan dapat meningkat. Sarana produksi

pertanian sudah sejak lama digunakan dan perkembangannya mengikuti dengan perkembangan kebudayaan manusia. Pada awalnya sarana produksi dalam pertanian masih sederhana dan terbuat dari bahan yang mudah didapat dan dijumpai di sekitar kita, misalnya saja pupuk, dulu hanya dikenal pupuk alami tanpa campur tangan manusia seperti kompos, tapi saat ini sudah berkembang dan dikenal berbagai macam pupuk, seperti urea dan lain-lain. Sarana produksi pertanian dapat dikelompokkan berdasarkan peranan, kegunaan dan sifatnya. Berdasarkan peranannya maka dapat dibedakan menjadi (Djakfar dkk., 1990):

1. Alat
Alat adalah barang yang dapat digunakan berulang-ulang sebagai alat pendukung pada berbagai tahapan pelaksanaan kegiatan usaha pertanian antara lain: alat pengolahan tanah, alat penanaman, alat pengendali OPT, alat pemanen dan lain-lain.
 2. Bahan
Bahan yaitu barang yang diperlukan sebagai bagian dari komponen setiap tahapan proses produksi, sehingga sifat penggunaannya habis pakai antara lain: benih, pupuk, pestisida, zat pengatur tumbuh (ZPT), *ameliorant* dan lain-lain. Setiap alat/bahan memiliki karakteristik yang berbeda tergantung sifat bahan penyusunnya, bentuk dan susunan alat/ bahan, dengan demikian akan memiliki kegunaan yang spesifik. Informasi ini dapat diperoleh melalui pengamatan secara langsung terhadap alat/ bahan, membaca informasi pada label kemasan barang atau lewat media yang lainnya.
- d) Aktivitas
Aktivitas pertanian merupakan aktivitas yang dilakukan oleh sebagian besar penduduk Indonesia, keadaan tanah yang subur serta iklim yang mendukung membuat penduduk Indonesia banyak yang menggantungkan kehidupannya pada aktivitas pertanian, sektor ini juga menyediakan pangan, memberikan lapangan pekerjaan dan menghasilkan sumber devisa negara. Aktivitas pertanian tidak lepas dari lahan dan ketersediaan air yang cukup untuk memenuhi

kebutuhan tanaman. Aktivitas yang terjadi dalam bertani terbagi atas dua, yaitu budidaya dan pascapanen. Budidaya terdiri atas penyediaan saprodi, penanaman, tata air, mekanisasi, proteksi, panen. Sedangkan pascapanen terdiri atas produk segar (hasil), pengawetan, pengolahan, kemasan, pemasaran.

E. RANGKUMAN MATERI

Ilmu ekonomi merupakan bagian dari ilmu sosial yang mempelajari bagaimana individu atau kelompok memenuhi kebutuhannya. Ilmu ekonomi terus mengalami perkembangan dari masa ke masa, karena pada dasarnya manusia melakukan kegiatan ekonomi sejak manusia ada. Ilmu ekonomi mempelajari bagian kecil atau aspek individual dari kegiatan perekonomian. Ruang lingkup ilmu ekonomi adalah ekonomi mikro dan ekonomi makro. Ekonomi mikro menggunakan analisis konsumen (dalam menggunakan pendapatannya) dan produsen (dalam menawarkan barangnya) dalam pasar. Sedangkan ekonomi makro adalah instrumen dalam melakukan analisa dan merancang serangkaian target kebijakan yang berkaitan dengan masalah ekonomi. Termasuk inflasi, tenaga kerja, pertumbuhan ekonomi hingga keseimbangan neraca pembayaran yang berlangsung secara terus-menerus. Cabang ilmu ekonomi makro juga dapat dipakai dalam melakukan analisis terhadap produsen secara menyeluruh.

Sedangkan, pertanian adalah kegiatan pemanfaatan sumber daya hayati yang dilakukan manusia menghasilkan bahan pangan, bahan baku industri, atau sumber energi, serta untuk mengelola lingkungan hidup. Oleh karenanya sektor pertanian adalah sektor yang paling dasar dalam perekonomian yang merupakan penopang kehidupan produksi sektor-sektor lainnya seperti subsektor perikanan, subsektor perkebunan, subsektor peternakan. Ruang lingkup dalam ilmu pertanian mencakup iklim, komoditas, saprodi, dan aktivitas. Pemahaman secara singkatnya, berikut:

- a. Perubahan iklim (*climate change*) merupakan hal yang tidak dapat dihindari akibat pemanasan global (*global warming*) dan diyakini akan berdampak luas terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk sektor pertanian.

- b. Komoditas pertanian merupakan berbagai produk hasil dari usaha tani yang dapat diperjualbelikan, disimpan, dan dipertukarkan. Komoditas pertanian meliputi hasil perkebunan, tanaman pangan, perikanan budidaya dan tangkap, peternakan, tanaman hortikultura kelompok sayuran dan buah-buahan, dan komoditas kehutanan.
- c. Untuk mencapai hasil yang tinggi dan agar usaha tani dapat memberikan keuntungan yang besar, diperlukan kemampuan untuk menentukan jumlah dan jenis saprodi secara tepat. Penggunaan teknologi tepat guna dapat menghemat pemakaian saprodi tanpa menurunkan hasil pertanian, sehingga keuntungan dapat meningkat.
- d. Aktivitas yang terjadi dalam bertani terbagi atas dua, yaitu budidaya dan pascapanen. Budidaya terdiri atas penyediaan saprodi, penanaman, tata air, mekanisasi, proteksi, panen. Sedangkan pascapanen terdiri atas produk segar (hasil), pengawetan, pengolahan, kemasan, pemasaran.

TUGAS DAN EVALUASI

- 1. Jelaskan pengertian ilmu pertanian menurut pandangan Anda.
- 2. Tuliskan apa saja yang menjadi inti dalam penyediaan saprodi.
- 3. Tuliskan klasifikasi komoditas pertanian.
- 4. Jelaskan secara singkat ilmu ekonomi mikro dan makro.
- 5. Tuliskan apa saja yang terdapat dalam proses pascapanen pertanian.

DAFTAR PUSTAKA

- Abd hul, Y. (2022). Ekonomi Mikro: Pengertian, Ruang Lingkup Dan Masalah. <https://penerbitbukudeepublish.com/materi/ekonomi-mikro/>
- Ayunwuy, Kuponiyi, Ogunlade, and Oyetoro (2010). *Farmers perception of impact of climate changes on food crop production in Ogbomoso Agricultural Zone of Oyo State, Nigeria*. Continental Journal Agricultural Economics. Vol.4, hlm.19-25.
- Djakfar, Z.R, Dartius, Ardi, Suyati, D, Yuliadi, E, Hadiyono, Sjfy an, Y, Aswad, M,dan Sagiman, S. 1990. *Dasar-dasar Agronomi*. BKS-B USAID: Palembang
- Iskandar Putong, Teori Ekonomi Mikro, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2005), 93.
- Latumahina, F. S., Hafid, H., Hadi, P., Mutolib, A., Arifien, Y., Asir, M., ... & Pulihasih, A. Y. (2021). *Pertanian, Kehutanan Dan Kemakmuran Petani*. Penerbit Widina.
- Sakinah, T. (2020, Maret 23). *Pengertian Ilmu Ekonomi Menurut Para Ahli*. <https://www.stiepasim.ac.id/pengertian-ilmu-ekonomi-menurut-para-ahli/>
- Sampoerna University. (2022, Maret 1). *Pengertian Ekonomi Makro, Tujuan dan Pengaruh*. <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/pengertian-ekonomi-makro-tujuan-dan-pengaruh/>
- Soejono, D., Sunarsih, M., dan Diantoro, K. (2009). *Faktor-faktor yang mempengaruhi produksi padi pada kelompok tani Patemon II di Desa Patemon Kecamatan Tlogosari Kabupaten Bondowoso*. J-SEP. Vol. 3, hlm. 55-59.
- Surmaini, E., Runtunuwu, E., & Las, I. (2011). *Upaya sektor pertanian dalam menghadapi perubahan iklim*. Jurnal Litbang Pertanian, 30(1), 1-7.
- Zahari, M. dkk (2022). *Teori Ekonomi Makro*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, Aceh.



EKONOMI PERTANIAN

BAB 2: SUMBER DAYA PERTANIAN

Sandriana J Nendissa, S.Pi., M.P.

Universitas Pattimura Ambon

BAB 2

SUMBER DAYA PERTANIAN

A. PENDAHULUAN

Hamparan lahan Indonesia laksana zamrud khatulistiwa. Betapa tidak, kekayaan alam tanah air baik yang ada di muka bumi maupun di dalam tanah semuanya bernilai komersial tinggi apabila dipasarkan tidak dalam bentuk bahan mentah tetapi bahan baku ataupun bahan jadi. Sebut saja padi yang menempati peringkat ketiga setelah China dan India. Kemudian produksi jagung lokal yang merajai produksi se-Asia, dan kedelai yang menempati peringkat keenam dunia. Kecuali palawija, CPO, karet, kakao, lada dan kopi juga bertengger di posisi pertama hingga ketiga dunia. Semua itu menunjukkan keunggulan komparatif komoditas pertanian Indonesia.

Sebagai negara yang dilintasi garis ekuator, sumber daya pertanian Indonesia sangat beragam. Contohnya energi surya memancar sepanjang tahun, adanya agro teknologi dan sumber daya genetik, permintaan produk-produk pertanian sangat tinggi, serta didukung dengan jejaring kerja lokal, interlokal, dan internasional yang memadai.

Namun, dewasa ini lahan pertanian semakin sempit akibat adanya alih fungsi lahan menjadi industri maupun pembangunan perumahan. Hal ini semakin diperparah dengan kurang memadainya infrastruktur produksi seperti kapasitas pelabuhan untuk ekspor-impor yang *overload*, ketersediaan prasarana jalan yang kualitasnya tidak selaras dengan jumlah kendaraan yang melintasi. Di sisi lain, benih unggul juga belum dioptimalkan penggunaannya dalam usaha pertanian. Ketiganya adalah poin-poin yang menghambat pengembangan produksi pertanian.

Pembangunan pertanian tidak lepas dari isu-isu strategis yang berkembang secara dinamis. Ada perubahan iklim, tuntutan mutu dan keamanan pangan, persaingan pasar global, persaingan sumber daya lahan dan air serta permasalahan dalam ketahanan pangan. Apabila isu-isu

tersebut tidak segera tertangani, maka potensi komoditas pertanian Indonesia yang luar biasa prospektif hanya akan sekadar menjadi 'hiasan' di atas kertas.

Tidak hanya pengembangan teknologi, inovasi dan sumber daya manusia yang harus dilakukan. Keberpihakan kebijakan pemerintah juga diperlukan di sini, seperti kebijakan fiskal, PPn, bea masuk, bea keluar dan tidak selarasnya peraturan di pusat dan di daerah yang menyebabkan iklim investasi tidak kondusif. Sudah saatnya hasil produk pertanian dalam negeri yang unggul dan kompetitif menjadi tuan rumah di negeri sendiri, bukan dengan membanggakan deras nya arus impor produk pertanian. Untuk itu perlu adanya pembenahan dan perhatian pada sektor pertanian, sumber daya pertanian, peranan sumber daya pertanian, klasifikasi usaha di bidang pertanian dan

B. SEKTOR PERTANIAN

Sektor pertanian merupakan sektor yang mendapatkan perhatian cukup besar dari pemerintah dikarenakan peranannya yang sangat penting dalam rangka pembangunan ekonomi jangka panjang maupun dalam rangka pemulihan ekonomi bangsa. Peranan sektor pertanian adalah sebagai sumber penghasil bahan kebutuhan pokok, sandang dan papan, menyediakan lapangan kerja bagi sebagian besar penduduk, memberikan sumbangan terhadap pendapatan nasional yang tinggi, memberikan devisa bagi negara dan mempunyai efek pengganda ekonomi yang tinggi dengan rendahnya ketergantungan terhadap impor (*multiplier effect*), yaitu keterkaitan *input-output* antar industri, konsumsi dan investasi. Dampak pengganda tersebut relatif besar, sehingga sektor pertanian layak dijadikan sebagai sektor andalan dalam pembangunan ekonomi nasional. Sektor pertanian juga dapat menjadi basis dalam mengembangkan kegiatan ekonomi perdesaan melalui pengembangan usaha berbasis pertanian yaitu agribisnis dan agroindustri. Sektor pertanian merupakan sektor unggulan utama dari pertanian yang harus dikembangkan oleh pemerintah Indonesia. Hal itu didasarkan pada sejumlah pertimbangan. Pertama (1), Indonesia mempunyai potensi alam yang dapat dikembangkan sebagai lahan pertanian, Kedua (2), sebagian besar penduduk tinggal di pedesaan yang mata pencahariannya di sektor

pertanian. Ketiga (3), perlunya induksi teknologi tinggi dan ilmu pengetahuan yang dirancang untuk mengembangkan pertanian tanpa mengakibatkan kerusakan. Keempat (4), tersedianya tenaga kerja sektor pertanian yang cukup melimpah. Kelima (5), ancaman kekurangan bahan pangan yang dapat dipenuhi sendiri dari produk dalam negeri, sehingga tidak harus tergantung pada produk-produk pertanian luar negeri yang suatu ketika harganya menjadi mahal (Prabowo, 2010).

Sektor pertanian di Indonesia mempunyai keunggulan komparatif hal itu disebabkan oleh karena: 1) Indonesia terletak di daerah katulistiwa sehingga perbedaan musim menjadi jelas dan periodenya agak lama, 2) Karena lokasinya di khatulistiwa maka tanaman cukup memperoleh sinar matahari untuk keperluan fotosintesis, 3) Curah hujan umumnya cukup memadai, 4) Adanya politik pemerintah yang sedemikian rupa sehingga mendorong tumbuh dan berkembangnya sektor pertanian.

Dalam kehidupan sehari-hari dimana hasil-hasil pertanian menjadi bahan kebutuhan setiap keluarga dalam pemenuhan kebutuhan pangan. Keterbatasan sektor pertanian mampu menjadi pekerjaan besar bagi pemerintah dalam pemenuhan kebutuhan setiap masyarakat. Akibatnya pemerintah harus mengeluarkan dana besar dalam mengimpor bahan-bahan pangan dan menaikkan harga bahan pangan, sehingga meningkatkan anggaran pembelanjaan negara yang berdampak pada sektor dan bidang lainnya seperti kenaikan harga, kelangkaan barang dan sektor-sektor lainnya. Pentingnya pemerintah dalam mengawasi setiap kemajuan sektor pertanian serta memberi subsidi bantuan modal bagi para petani dalam pengelolaan lahannya sehingga mampu meningkatkan hasil produksinya agar tidak terjadi kelangkaan pangan akibat kelalaian mekanis di lapangan. Untuk mengantisipasi masalah pada sektor pertanian maka diperlukan program-program pendukung antara lain;

1. Program Peningkatan Produksi Pangan

Program peningkatan produksi pangan bertujuan untuk meningkatkan pendapatan dan taraf kesejahteraan petani dan masyarakat, memelihara kemandirian swasembada pangan dan penyediaan bahan baku industri pangan. Program ini dilaksanakan melalui pendekatan pertanian rakyat terpadu dengan titik berat kegiatan pada upaya-upaya meningkatkan produktivitas usaha tani melalui peningkatan mutu dan perluasan areal

intensifikasi, menjamin ketersediaan dan distribusi benih unggul dan sarana produksi, memperbaiki pengelolaan pascapanen dengan pengembangan dan penggunaan alat dan mesin pertanian, serta meningkatkan penerapan teknologi konservasi. Dalam rangka meningkatkan produksi pangan, usaha intensifikasi berupa Intensifikasi Umum (*Inmum*), Intensifikasi Khusus (*Insus*), dan Supra Insus ditingkatkan. Selanjutnya mutu intensifikasi ditingkatkan melalui revitalisasi penyuluhan, penggunaan benih unggul bersertifikat, pemupukan secara efisien dan berimbang termasuk menggunakan urea tablet, perluasan pelaksanaan PHT, penggunaan teknologi usaha tani hemat air, serta pemanfaatan teknologi pascapanen untuk mengurangi kehilangan hasil.

Upaya peningkatan produksi harus diimbangi dengan peningkatan pendapatan petani, kemudahan aksesibilitas konsumen, dan aktualisasi keamanan pangan. Sebaliknya komoditas non pangan yang umumnya bersifat komersial dituntut untuk memiliki daya saing yang tinggi agar mampu meraih pangsa pasar global secara optimal. Oleh karena itu produktivitas tinggi, efisiensi sistem produksi, serta peningkatan mutu dan nilai tambah produk menjadi tumpuan utama dalam menjaga ketahanan pangan nasional.

Untuk mencapai berbagai target dalam mewujudkan ketahanan pangan nasional dan untuk mempertahankan ketahanan pangan dan pengembangan bioenergi nasional, diperlukan strategi dan kebijakan pemanfaatan dan pengelolaan sumber daya lahan, baik lahan pertanian (sawah yang sudah dimanfaatkan saat ini maupun lahan cadangan). Strategi tersebut adalah: (1) mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya lahan agar lebih produktif dan lestari baik secara kuantitas dan kualitas, yaitu dengan intensifikasi dan peningkatan intensitas tanam, pengembangan inovasi teknologi, dan pengendalian konversi lahan, (2) perluasan areal pertanian, seperti ekstensifikasi dengan memanfaatkan lahan potensial, dan (3) percepatan penyiapan dan pelaksanaan beberapa kebijakan dan regulasi kelembagaan untuk melindungi lahan pertanian tanaman pangan/sawah (Gultom, 2015).

2. Program Peningkatan Kesempatan Kerja Dan Produktivitas Tenaga Kerja Pertanian

Perencanaan kesempatan kerja merupakan hal yang penting, mengingat tingginya tingkat pengangguran yang menunjukkan kecenderungan meningkat dan keharusan menciptakan kesempatan kerja bagi angkatan kerja baru setiap tahunnya. Dalam rangka mengatasi masalah ketenagakerjaan, ditempuh kebijaksanaan dan langkah-langkah yang bersifat menyeluruh. Sasaran yang ingin dicapai adalah perluasan kesempatan kerja produktif, pemerataan kegiatan dan pemerataan hasil pembangunan. Dalam hubungan ini telah dirumuskan empat bentuk kebijaksanaan. Pertama, kebijaksanaan umum di bidang ekonomi dan sosial. Di bidang ekonomi, kebijaksanaan mencakup kebijaksanaan fiskal ketenagakerjaan, moneter dan investasi; di bidang sosial diadakan kebijaksanaan kependudukan yang bertujuan mewujudkan masyarakat berkeluarga kecil yang sejahtera. Kedua, kebijaksanaan sektoral di berbagai sektor mengusahakan terciptanya perluasan kesempatan kerja berikut peningkatan produksi. Ketiga, kebijaksanaan daerah berupa pengerahan tenaga kerja dari daerah yang kelebihan ke daerah yang membutuhkan, misalnya melalui antar kerja antar daerah. Keempat, kebijaksanaan khusus yang secara langsung dan tidak langsung menyediakan lapangan kerja untuk waktu yang relatif pendek bagi kelompok masyarakat berpendapatan rendah, misalnya waktu sepi kerja di sektor pertanian.

Peningkatan kesempatan kerja dan produktivitas tenaga kerja pertanian bertujuan untuk mendukung transformasi struktur ketenagakerjaan dalam perekonomian nasional. Kegiatan pokok dilakukan dengan mendorong investasi di bidang agrobisnis khususnya di pedesaan; meningkatkan kemampuan dan keterampilan tenaga kerja; mendorong penerapan teknologi tepat guna; mendorong realokasi sumber daya agar lebih mengarah kepada kegiatan yang produktivitasnya lebih tinggi.

Dalam rangka meningkatkan produktivitas tenaga kerja di sektor pertanian telah dilaksanakan kegiatan intensifikasi usaha tani tanaman pangan, peternakan, perikanan, dan perkebunan melalui penerapan teknologi tepat guna, pelatihan dan penyuluhan serta sekolah lapangan bagi petani dan kelompok tani. Penggunaan alat dan mesin pertanian

seperti traktor, pompa air, aplikator urea tablet, alat perontok padi, serta penggilingan padi telah makin meningkat. Penerapan mekanisasi pertanian tersebut dilaksanakan secara dinamis dan sesuai dengan kondisi spesifik lokasi.

3. Program Pengembangan Ekspor Hasil Pertanian

Program pengembangan ekspor hasil pertanian bertujuan untuk meningkatkan penerimaan devisa dengan meningkatkan daya saing hasil pertanian. Kegiatan pokoknya adalah meningkatkan efisiensi sistem produksi dan tataniaga hasil pertanian, memperbaiki mutu dan efisiensi pengolahan hasil, serta meningkatkan promosi dan perluasan akses pasar.

Daya saing dan ekspor adalah target yang menjadi tanggung jawab Ditjen Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian (PPHP) untuk pencapaiannya. Peningkatan nilai tambah harus diupayakan dan difokuskan pada dua hal yakni peningkatan kualitas dan kuantitas olahan produk pertanian untuk mendukung peningkatan daya saing dan ekspor. Peningkatan kualitas produk pertanian (bahan mentah dan olahan) diukur dari peningkatan kuantitas produk pertanian yang mendapat sertifikasi jaminan mutu. Pada akhir tahun 2014 semua produk pertanian organik, kakao fermentasi, bahan olah karet (bokar) sudah harus tersertifikasi dengan pemberlakuan sertifikasi wajib.

Peningkatan jumlah olahan diukur dari rasio produk mentah dan olahan. Saat ini 80% produk pertanian diperdagangkan dalam bentuk bahan mentah dan 20% dalam bentuk olahan. Pada akhir tahun 2014 ditargetkan bahwa 50% produk pertanian diperdagangkan dalam bentuk olahan. Peningkatan daya saing, upaya ini akan difokuskan pada pengembangan produk berbasis sumber daya lokal yang bisa meningkatkan pemenuhan permintaan untuk konsumsi dalam negeri dan bisa mengurangi ketergantungan impor (substitusi impor). Ukurannya adalah besarnya pangsa pasar (*market share*) di pasar dalam negeri dan penurunan net impor.

Upaya peningkatan daya saing akan difokuskan pada peningkatan produksi susu yang selama ini impornya mencapai 73% untuk memenuhi kebutuhan domestik. Untuk mengurangi besarnya impor gandum/ terigu yang mencapai 6,7 juta ton per tahun akan dikembangkan tepung-

tepungan berbasis sumber daya lokal, yang ditargetkan pada akhir 2014 sudah bisa mensubstitusi 10% impor gandum/ terigu. Peningkatan ekspor, upaya ini akan difokuskan pada pengembangan produk yang punya daya saing di pasar internasional, baik segar maupun olahan yang dibutuhkan pasar.

4. Program Pembinaan Dan Pengembangan Kelembagaan Pertanian

Program pembinaan dan pengembangan kelembagaan pertanian bertujuan untuk menata dan membina kelembagaan pertanian guna memantapkan serta memperlancar proses pembaharuan dalam penyelenggaraan kegiatan pertanian. Program ini dititik beratkan pada kegiatan untuk mengembangkan kelompok tani dan koperasi pertanian, mengembangkan kemitraan usaha antara petani/ koperasi dengan usaha besar BUMN/swasta, meningkatkan mutu dan kemampuan aparatur pemerintah dalam memberikan pelayanan, serta menata dan menyempurnakan peraturan perundang-undangan di bidang pertanian.

Pembangunan pertanian tidak terlepas dari peran aktif para pelaku ekonomi sebagai petani, kelompok tani, koperasi, swasta, dan pemerintah. Pengembangan sistem kelembagaan yang memadukan kebijaksanaan pemerintah dengan kepentingan petani dan swasta merupakan aspek yang sangat penting dalam pembangunan pertanian.

Salah satu permasalahan dalam pengelolaan sumber daya pertanian adalah masalah kelembagaan pertanian yang tidak mendukung, salah satunya kelembagaan petani. Untuk itu perlu adanya pembangunan kelembagaan petani yang dilandasi pemikiran bahwa: (a) Proses pertanian memerlukan sumber daya manusia tangguh yang didukung infrastruktur, peralatan, kredit, dan sebagainya; (b) Pembangunan kelembagaan petani lebih rumit daripada manajemen sumber daya alam karena memerlukan faktor pendukung dan unit-unit produksi; (c) Kegiatan pertanian mencakup tiga rangkaian: penyiapan *input*, mengubah *input* menjadi produk dengan usaha tenaga kerja dan manajemen, dan menempatkan *output* menjadi berharga; (d) Kegiatan pertanian memerlukan dukungan dalam bentuk kebijakan dan kelembagaan dari pusat hingga lokal; dan (e) Kompleksitas pertanian, yang meliputi unit-unit usaha dan kelembagaan, sulit mencapai kondisi optimal.

Pentingnya kelembagaan petani diakui dalam pembangunan pertanian, baik di negara industri maupun negara sedang berkembang seperti Indonesia. Namun kenyataan memperlihatkan kecenderungan masih lemahnya kelembagaan petani di negara berkembang, serta besarnya hambatan dalam menumbuhkan kelembagaan pada masyarakat petani. Kelembagaan petani diharapkan mampu membantu petani keluar dari persoalan kesenjangan ekonomi petani, namun sampai saat ini masih belum berfungsi secara optimal. Di sisi lain, globalisasi dan liberalisasi ekonomi sebagai implikasi diratifikasi GATT dan WTO merupakan kenyataan berat yang harus dihadapi oleh negara-negara berkembang, seperti Indonesia. Diperlukan penguasaan teknologi pertanian yang memadai dan kemampuan bersaing dari para petani agar mampu bertahan di tengah-tengah persaingan ekonomi dunia. Upaya meningkatkan produktivitas, efisiensi usaha tani, dan daya saing petani dilakukan melalui pengembangan kelembagaan pertanian, termasuk di dalamnya penguatan kapasitas kelembagaan petani (Anantanyu, 2011).

5. Program Peningkatan Produksi Dan Diversifikasi Pertanian

Program peningkatan produksi dan diversifikasi pertanian bertujuan untuk meningkatkan produksi dan keanekaragaman hasil pertanian dan produk olahannya dalam rangka memanfaatkan peluang pasar baik domestik maupun internasional. Program ini juga adalah untuk mendukung upaya pengembangan dan pemberdayaan ekonomi rakyat serta menghapus kemiskinan. Kegiatan pokoknya antara lain adalah mempercepat peningkatan produksi komoditas unggulan terutama peternakan, perikanan, dan hortikultura; mendorong perluasan areal pertanian pada lahan kering, gambut, dan pasang surut; mengembangkan sistem usaha tani terpadu; serta meningkatkan pemanfaatan sumber daya perairan.

Kebutuhan pangan di Indonesia untuk saat ini masih dalam kondisi yang cukup aman. Namun lambat laun, pangan akan menjadi masalah yang besar akibat penurunan produksi pertanian dan kurangnya lahan pertanian yang produktif dikarenakan perluasan lahan pemukiman penduduk serta lahan industri. Diversifikasi pertanian adalah salah satu solusi untuk mengatasi masalah ini. Sekarang, hampir semua daerah di

Indonesia mulai menggalakkan program diversifikasi pertanian ini, guna meningkatkan produksi pertanian. Diversifikasi pertanian sendiri adalah suatu usaha penganekaragaman jenis usaha atau tanaman pertanian untuk menghindari ketergantungan pada salah satu pertanian.

Terbatasnya pemanfaatan lahan produktif untuk pertanian merupakan salah satu penyebab diberlakukannya diversifikasi pertanian. Selain itu, tanah-tanah pertanian yang terlalu lama ditanami, lambat laun juga akan mengalami penurunan kualitas baik dari kandungan nutrisi tanah, bahkan sampai mengurangi kemampuan tanah dalam penyediaan air dan unsur hara. Hal ini akan dapat menyebabkan penurunan pada produksi pertanian. Diversifikasi pertanian dapat dilakukan dengan cara penganekaragaman usaha pertanian. Mulai dari penanaman tanaman yang berbeda, karena tidak hanya satu jenis tanaman tertentu saja yang bisa tumbuh pada lahan yang sama, tetapi tanaman lain juga bisa. Selain untuk memenuhi produksi tanaman, diversifikasi juga dapat membantu dalam kelangsungan lahan pertanian agar tetap produktif.

Indonesia memiliki kebutuhan akan pangan yang terus meningkat setiap tahunnya. Pertumbuhan penduduk yang pesat, serta penyempitan lahan pertanian produktif akibat pembangunan perumahan dan sebagainya akan menjadi masalah. Diperlukan beberapa cara agar kebutuhan pangan tetap terpenuhi. Banyak faktor yang mendukung terlaksananya diversifikasi ini. Faktor tersebut ialah manusia sebagai pelaksana dan alam sebagai sarana. Diversifikasi pertanian dapat dilakukan dengan cara pergantian jenis tanaman, sistem tumpang sari, dan menggunakan lahan pertanian yang berbasis hutan (*agroforestry*) (Susetiwana, 2011).

C. SUMBER DAYA PERTANIAN

Sumber daya pertanian merupakan suatu aspek yang penting dalam melakukan proses pertanian. Aspek-aspek tersebut saling berkaitan erat satu dengan yang lain, sehingga berpengaruh besar terhadap produksi pertanian. Sumber daya pertanian yang berperan dalam pengolahan dan pengembangan produk pertanian yaitu:

1. Sumber Daya Alam dan Lingkungan

Sumber daya pertanian yang berupa sumber daya alam dan lingkungan berupa komponen biotik dan komponen abiotik. Dimana dalam komponen tersebut dapat dibagi menjadi 2, yaitu:

(1) *Renewable*, yaitu komponen yang dapat diperbaharui keberadaannya, kebanyakan adalah komponen abiotik. Seperti Organisme (Cacing, Tikus, Ular, dll), Tanaman Pertanian (Padi, Jagung, dll), Tanaman Nauangan, dan sebagainya; (2) *Unrenewable*, yaitu komponen yang tidak dapat diperbaharui, sebagian besar merupakan komponen abiotik seperti lahan, air, dan lain sebagainya. Namun, terkadang komponen abiotik dan biotik tersebut bisa menjadi komponen kuasi *renewable* atau komponen yang bisa bersifat *Renewable* dan *Unrenewable*. Contohnya tanah. Tanah yang dapat diperbaharui jika kita menanaminya dengan singkong secara terus menerus menyebabkan tanah tersebut menjadi panas, sehingga menyebabkan lahan tersebut tidak bisa ditanami produk pertanian yang lain.

2. Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia di dalam sektor pertanian adalah Petani. Dengan kata lain petani merupakan sumber daya manusia yang berperan sebagai manajer dan kultivator atau juru tani. Petani berbeda dengan buruh tani. Petani itu memiliki lahan sendiri, di manajemeni sendiri, diolah sendiri dan dibantu oleh seorang buruh tani yang merupakan petani yang tidak memiliki lahan serta tidak memiliki keterampilan manajemen pertanian.

3. Modal

Modal merupakan sumber daya esensial dalam sektor pertanian. Dalam melakukan produksi pertanian harus membutuhkan modal yang tinggi, seperti untuk membeli pupuk, benih, pestisida, perawatan alat pertanian, dll. Biaya produksi yang tinggi ini disebabkan produk pertanian sangat bergantung pada alam sehingga dalam melakukan produksi pasti memiliki risiko yang tinggi, karena sekarang ini iklim di bumi tidak menentu dan petani sekarang sulit menentukan waktu panen, waktu tanam, dan sejenisnya. Produk pertanian bersifat *voluminous* sangat besar sehingga membutuhkan ruang penyimpanan

yang besar, oleh karena itu biaya simpan dalam produk pertanian juga tergolong sangat tinggi.

4. Teknologi

Teknologi juga berpengaruh terhadap laju produksi pertanian. Semakin canggih teknologi pertanian yang digunakan maka akan semakin cepat produk pertanian itu dihasilkan. Namun, untuk memiliki teknologi yang canggih tersebut seperti traktor dibutuhkan modal yang tinggi. Selain itu biaya perawatannya juga tinggi, jadi meskipun produk yang dihasilkan lebih banyak dan lebih cepat, tetapi harga yang ditawarkan ke konsumen pasti lebih tinggi daripada produk pertanian yang pengolahannya menggunakan teknologi konvensional.

5. Manajemen

Seorang petani selain harus bisa melakukan pengolahan atau proses bertani dengan baik, dia harus memiliki ketrampilan manajemen yang baik pula. Arti manajemen disini adalah cara dimana seorang petani mengambil keputusan yang efektif dan efisien dalam melaksanakan proses pertanian mulai dari pemilihan bibit unggul sampai proses penjualan. Dalam hal ini petani menggunakan prinsip-prinsip ekologi, agar menjadi sistem pertanian yang produktif dan *sustainable* (berkelanjutan/lesatri), tanpa berdampak terhadap lingkungan sekitar.

6. Institusi (Kelembagaan)

Institusi dan Kelembagaan merupakan sumber daya pertanian yang penting dalam memajukan ekonomi pertanian. Koperasi Unit Desa merupakan salah satu contoh Institusi yang dapat memajukan ekonomi pertanian. Selain dapat menjual produk pertaniannya, petani dapat meminjam uang untuk modal produksi pertanian. Penyuluhan Pertanian juga dibutuhkan untuk mengembangkan produksi pertanian. Para petani di desa-desa diberikan pengertian mengenai manajemen dan pengolahan pertanian yang efektif dan efisien, sehingga para petani dapat berpikir jauh lebih ke depan dalam mengolah dan mengembangkan lahan pertaniannya.

D. PERANAN SUMBERDAYA PERTANIAN

Sumber daya alam dan lingkungan hidup (SDA dan LH) mempunyai peran yang sangat penting dalam pembangunan nasional, baik sebagai penyedia bahan baku bagi pembangunan maupun sebagai pendukung sistem kehidupan. Pembangunan SDA dan LH diarahkan pada dua kelompok, yaitu (1) untuk mendukung pembangunan ekonomi dan (2) untuk meningkatkan kualitas dan kelestarian lingkungan hidup. Pembangunan SDA dan LH yang mendukung pembangunan ekonomi dijabarkan dalam tiga prioritas, yaitu (1) peningkatan ketahanan pangan, revitalisasi pertanian, perikanan, dan kehutanan; (2) peningkatan ketahanan dan kemandirian energi; dan (3) peningkatan pengelolaan sumber daya mineral dan pertambangan. Pembangunan SDA dan LH untuk meningkatkan kualitas dan kelestarian lingkungan hidup ditekankan pada empat prioritas, yaitu (1) perbaikan kualitas lingkungan hidup; (2) peningkatan konservasi dan rehabilitasi sumber daya hutan; (3) peningkatan pengelolaan sumber daya kelautan; dan (4) peningkatan kualitas informasi iklim dan bencana alam serta kapasitas adaptasi dan mitigasi perubahan iklim (Hasanah, 2011).

Adanya peranan sumber daya manusia (SDM) pertanian di dalam pembangunan sektor pertanian, diharapkan SDM mampu meningkatkan peranannya di dalam sektor pertanian. Dalam arti luas adalah sektor pertanian dalam berbagai lini termasuk di dalamnya usaha-usaha pertanian dan segala hal yang mampu menunjang perkembangan maupun kontinuitas kegiatan yang berguna bagi pertanian dan sektor-sektor lain yang terhubung dengan pertanian secara langsung maupun mendukung pertanian secara tidak langsung. Diharapkan pembangunan pertanian mampu untuk memenuhi kriteria perkembangan ekonomi pertanian secara merata di seluruh aspek bidang pertanian. Kita tidak mampu mengesampingkan adanya SDM pertanian yang baik di dalam menjalani perkembangan pembangunan pertanian. SDM yang baik mampu menjunjung tinggi segala macam aspek di dalam pembangunan pertanian sehingga pembangunan pertanian mampu meningkatkan kegiatannya dalam mendukung perekonomian masyarakat pertanian itu sendiri (Burhan, 2011).

Di dalam pembangunan pertanian peran SDM mendapatkan perhatian secara khusus dengan diadakan berbagai macam pelatihan khusus mengenai SDM dan menjalankan seminar-seminar membahas tentang SDM pertanian. Adanya otonomi daerah dimana daerah sebagai pelaksana pembangunan pertanian menuntut jumlah dan SDM institusi pertanian yang memadai. Selama ini fakta menunjukkan pembangunan pertanian kurang menjadi prioritas pembangunan di daerah. Sekarang peranan SDM pertanian mulai diperhatikan, jika hal ini berkelanjutan dan terus berkelanjutan maka dibutuhkan SDM yang sanggup memenuhi kebutuhan yang ada.

Jenis-jenis sumber daya dalam pertanian antara lain:

1. Lahan (sawah, tegal, kebun, hutan, tambak dll) Lahan sebagai penyedia untuk mengolah tanaman pertanian. Namun permasalahannya banyaknya konversi lahan, kepemilikan lahan yang kurang luas atau terdapat di beberapa daerah dalam satu orang kepemilikan sehingga mengurangi efisiensi dalam penggarapan lahan pertanian, dan degradasi lahan banyak lahan yang sudah menurun unsur hara dan bahan organik sehingga akan menurunkan produksi pertanian.
2. Teknologi dan alat produksi (alat-alat produksi, sistem budidaya, dan pengelolaan hasil pertanian) Berfungsi sebagai alat untuk memudahkan pekerjaan dalam mengolah dan budidaya pertanian, menghemat waktu dan menghasilkan produksi pertanian yang melimpah daripada menggunakan tenaga kerja manusia. Kendalanya adalah alat produksi yang relatif mahal dan tidak semua petani dapat membeli alat tersebut. Selain itu faktor budaya dimana banyak petani yang lebih memilih tetap menggunakan buruh tani karena sudah membudaya dan kekeluargaan dengan buruh tani tersebut.
3. Sumber daya manusia (pelaku produksi pertanian) Dalam berbagai bidang, sumber daya manusia menjadi pelaku utama yang menggerakkan tata laksana sebuah institusi, maupun Negara. Pemerintahan yang berjalan saat ini juga diisi oleh sumber daya manusia yang tentunya adalah orang-orang yang terpilih. Dengan kata lain, mereka yang dapat duduk menjalankan tugas negara itu adalah orang yang memiliki kapabilitas lebih dari pada yang lain. Sumber daya

manusia sebagai pengolah dan budidaya lahan pertanian. Kendalanya banyak tenaga manusia yang diganti ke mesin pertanian. Sehingga banyak pengangguran di pedesaan, mengakibatkan terjadinya urbanisasi dan meledaknya pengangguran di kota besar.

4. Sumber daya biotik (flora dan fauna yang menunjang siklus produksi pertanian) Flora dan fauna menunjang aktivitas lingkungan pertanian dalam pertukaran siklus energi. Namun banyak flora dan fauna yang punah. Plasma nuthfah yang hilang sehingga mengurangi bahan keanekaragaman produksi pertanian.
5. Sumber daya abiotik (air, tanah, udara, cahaya, matahari) Merupakan kebutuhan vital dalam menunjang produksi pertanian. Permasalahannya banyak air, tanah, udara yang tercemar sehingga menurunkan sterilitas dan berpengaruh pada hasil produksi pertanian.
6. Modal Keterbatasan modal petani dalam mengolah lahan pertanian, dikarenakan harga produksi pertanian tidak sebanding atau lebih kecil dari biaya produksi pertanian yang dikeluarkan. Produksi pertanian Indonesia bersaing dengan produk impor pertanian dari negara lain yang masuk di Indonesia.
7. Manajemen (pengelolaan) usaha tani adalah kemampuan petani dalam merencanakan, mengorganisir, mengarahkan, mengkoordinasikan dan mengawasi faktor produksi yang dikuasai/ dimilikinya sehingga mampu menghasilkan *output* (produksi) seperti yang diharapkan. Karakteristik sosial ekonomi petani juga mempengaruhi proses produksi pertanian, terutama berkaitan dengan proses pengambilan keputusan dalam pengelolaan usaha tani, diantaranya adalah pendidikan petani (formal & non formal), pengalaman petani, keanggotaan dalam organisasi misalnya kelompok tani dll (Burhan, 2011)

E. KLASIFIKASI USAHA DI BIDANG PERTANIAN

Pertanian merupakan kegiatan produksi yang memanfaatkan sumber daya alam (tanah) dengan cara menanam tanaman-tanaman tertentu untuk memenuhi kebutuhan akan produk pertanian. Pertanian secara general dapat diklasifikasikan menjadi dua, yaitu pertanian dalam arti sempit dan pertanian dalam arti luas.

1. Pertanian Dalam Arti Sempit

Jenis pertanian ini disebut juga dengan pertanian rakyat. Juga bisa diartikan sebagai pengolahan tanaman dan lingkungan untuk memberikan produk. Sistem ini diusahakan dalam skala kecil dan pelakunya adalah bersifat keluarga. Produk utama yang dihasilkan adalah tanaman pokok yang dikonsumsi sehari-hari seperti, seperti beras, palawija, tanaman hortikultura. Pertanian ini diusahakan di sawah, ladang dan pekarangan. Tujuan usaha ini adalah untuk dikonsumsi sendiri. Dari segi ekonomi, pertanian rakyat merupakan pertanian subsistem.

2. Pertanian dalam arti luas

Dimaksud dengan pertanian dalam arti luas adalah kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan pemanfaatan sumber daya alam untuk menghasilkan produk dengan campur tangan manusia. Yang termasuk dalam pertanian dalam arti luas pertanian dalam arti sempit, perkebunan, kehutanan, peternakan, dan perikanan.

a. Perkebunan

Perkebunan atau *plantation* biasanya diusahakan di daerah yang mempunyai musim panas di dekat khatulistiwa. Karena menggunakan manajemen seperti pada perusahaan industri, maka perkebunan sering disebut juga dengan industri perkebunan atau industri pertanian. Sejarah perkebunan di Indonesia mulai tahun 1870 dengan pengundangan hukum agraria oleh pemerintah Kolonial Belanda. Hukum agraria tersebut memungkinkan pemilik modal besar dari negeri Belanda atau negara-negara Eropa lainnya menanamkan modalnya di Indonesia. Sistem perkebunan, baik perkebunan rakyat maupun perkebunan besar (*estate*) yang dulu milik swasta asing dan sekarang kebanyakan perusahaan negara, berkembang karena kebutuhan tanaman ekspor. Dimulai dengan bahan-bahan ekspor seperti karet, kopi, teh dan coklat yang merupakan hasil utama, sampai sekarang sistem perkebunan berkembang dengan manajemen industri pertanian.

b. Kehutanan

Kegiatan pemungutan hasil hutan, hakekatnya merupakan kegiatan pengelolaan hutan. Hutan Indonesia yang diperkirakan

luasnya lebih dari 120 juta hektar, dapat dikelompokkan berdasarkan rencana peruntukannya sebagai berikut.

b. Kehutanan

Kegiatan pemungutan hasil hutan, hakekatnya merupakan kegiatan pengelolaan hutan. Hutan Indonesia yang diperkirakan luasnya lebih dari 120 juta hektar, dapat dikelompokkan berdasarkan rencana peruntukannya sebagai berikut. 60 1) Hutan lindung, berfungsi memberikan perlindungan terhadap tanah, air, iklim dan lingkungan, 2) Hutan suaka alam, berfungsi memberikan perlindungan terhadap binatang untuk keperluan pengetahuan dan kebudayaan, 3) Hutan produksi, memberikan manfaat produksi kayu dan hasil hutan yang lain berdasarkan prinsip-prinsip pengelolaan hutan yang berlaku, 4) Hutan wisata, hutan yang menyediakan keindahan alam untuk keperluan pariwisata.

c. Peternakan

Yang dimaksud peternakan adalah mengusahakan atau membudidayakan hewan yang orientasinya hasil. Dilihat dari pola pemeliharannya, peternakan di Indonesia dapat dikelompokkan menjadi tiga sebagai berikut:

- 1) Peternakan rakyat dengan sistem tradisional, peternakan ini menggunakan sistem yang sederhana dan menggunakan bibit lokal serta dalam jumlah yang terbatas. Jenis ternak rumput di gembalakan di padang umum, pinggir jalan, sawah, pinggir sungai atau tegalan. Pemeliharaan dilakukan oleh anggota keluarga peternak. Ternak bukan pemakan rumput, seperti unggas dipelihara atau dibudidayakan dengan cara dilepas secara bebas dan diberi makan dari hasil panen dan sisa-sisa makanan.
- 2) Peternakan rakyat dengan sistem semi komersil, pada kelompok ini pengetahuan dan keterampilan petani sudah mulai baik. Penggunaan bibit, obat-obatan dan makanan penguat cenderung meningkat walaupun lambat. Jumlah ternak yang dimiliki atau yang diusahakan antara 2-5 ekor ternak besar dan 5-100 ekor ternak kecil (ayam).

- 3) Peternakan komersil, dijalankan oleh golongan ekonomi kuat sehingga mempunyai kemampuan dalam modal dan sarana produksi menggunakan teknologi yang modern. Semua tenaga kerja dibayar. Tujuannya adalah mengejar keuntungan sebanyak-banyaknya.

d. Perikanan

Perikanan merupakan segala usaha penangkapan budidaya ikan serta pengolahan sampai pada pemasaran hasilnya. Sumber perikanan adalah binatang dan tumbuh-tumbuhan yang hidup di perairan darat atau laut. Usaha perikanan di Indonesia merupakan perikanan rakyat (Syahputra, G., 2014).

F. RANGKUMAN MATERI

Pertanian adalah kegiatan pemanfaatan sumber daya hayati yang dilakukan manusia untuk menghasilkan bahan pangan, bahan baku industri, atau sumber energi, serta untuk mengelola lingkungan hidupnya. Kegiatan pemanfaatan sumber daya hayati yang termasuk dalam pertanian biasa dipahami orang sebagai budidaya tanaman atau bercocok tanam (*crop cultivation*) serta pembesaran hewan ternak (*raising*), meskipun cakupannya dapat pula berupa pemanfaatan mikroorganisme dan bio enzim dalam pengolahan produk lanjutan, seperti pembuatan keju dan tempe, atau sekedar ekstraksi semata, seperti penangkapan ikan atau eksploitasi hutan. Mayoritas penduduk Indonesia, yang sebagian besar tinggal di daerah pedesaan, hingga saat ini masih menyandarkan mata pencahariannya pada sektor pertanian.

Sektor pertanian merupakan sektor yang mendapatkan perhatian cukup besar dari pemerintah dikarenakan peranannya yang sangat penting dalam rangka pembangunan ekonomi jangka panjang maupun dalam rangka pemulihan ekonomi bangsa. Peranan sektor pertanian adalah sebagai sumber penghasil bahan kebutuhan pokok, sandang dan papan, menyediakan lapangan kerja bagi sebagian besar penduduk, memberikan sumbangan terhadap pendapatan nasional yang tinggi, memberikan devisa bagi negara dan mempunyai efek pengganda ekonomi yang tinggi

dengan rendahnya ketergantungan terhadap impor (*multiplier effect*), yaitu keterkaitan *input-output* antar industri, konsumsi dan investasi.

Sektor pertanian di Indonesia mempunyai keunggulan komparatif hal itu disebabkan oleh karena: 1) Indonesia terletak di daerah katulistiwa sehingga perbedaan musim menjadi jelas dan periodenya agak lama, 2) Karena lokasinya di khatulistiwa maka tanaman cukup memperoleh sinar matahari untuk keperluan fotosintesis, 3) Curah hujan umumnya cukup memadai, 4) Adanya politik pemerintah yang sedemikian rupa sehingga mendorong tumbuh dan berkembangnya sektor pertanian.

Sumber daya alam dan lingkungan hidup (SDA dan LH) mempunyai peran yang sangat penting dalam pembangunan nasional, baik sebagai penyedia bahan baku bagi pembangunan maupun sebagai pendukung sistem kehidupan. Pembangunan SDA dan LH diarahkan pada dua kelompok, yaitu (1) untuk mendukung pembangunan ekonomi dan (2) untuk meningkatkan kualitas dan kelestarian lingkungan hidup.

Pertanian secara general dapat diklasifikasikan menjadi dua, yaitu pertanian dalam arti sempit dan pertanian dalam arti luas.

1. Pertanian Dalam Arti Sempit

Jenis pertanian ini disebut juga dengan pertanian rakyat. Juga bisa diartikan sebagai pengolahan tanaman dan lingkungan untuk memberikan produk. Sistem ini diusahakan dalam skala kecil dan pelakunya adalah bersifat keluarga. Produk utama yang dihasilkan adalah tanaman pokok yang dikonsumsi sehari-hari seperti, seperti beras, palawija, tanaman hortikultura. Pertanian ini diusahakan di sawah, ladang dan pekarangan. Tujuan usaha ini adalah untuk dikonsumsi sendiri. Dari segi ekonomi, pertanian rakyat merupakan pertanian subsisten.

2. Pertanian dalam arti luas

Dimaksud dengan pertanian dalam arti luas adalah kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan pemanfaatan sumber daya alam untuk menghasilkan produk dengan campur tangan manusia. Yang termasuk dalam pertanian dalam arti luas pertanian dalam arti sempit, perkebunan, kehutanan, peternakan, dan perikanan

TUGAS DAN EVALUASI

TUGAS

1. Jelaskan pengertian pertanian
2. Sebutkan keunggulan komparatif di Sektor pertanian di Indonesia .
3. Jelaskan pembangunan sumber daya alam dan lingkungan hidup yang mendukung pembangunan ekonomi dijabarkan dalam tiga prioritas.
4. Jelaskan klasifikasi Pertanian secara general.
5. Jelaskan komponen sumber daya alam dan lingkungan

EVALUASI

1. Pertanian adalah kegiatan pemanfaatan sumber daya hayati yang dilakukan manusia untuk menghasilkan bahan pangan, bahan baku industri, atau sumber energi, serta untuk mengelola lingkungan hidupnya.
2. Keunggulan komparatif di sector pertanian di Indonesia disebabkan oleh ;
 - 1) Indonesia terletak di daerah katulistiwa sehingga perbedaan musim menjadi jelas dan periodenya agak lama.
 - 2) Karena lokasinya di khatulistiwa maka tanaman cukup memperoleh sinar matahari untuk keperluan fotosintesis,
 - 3) Curah hujan umumnya cukup memadai.
 - 4) Adanya politik pemerintah yang sedemikian rupa sehingga mendorong tumbuh dan berkembangnya sektor pertanian.
3. Tiga Prioritas pembangunan sumber daya alam dan lingkungan hidup yang mendukung ekonomi yaitu (1) peningkatan ketahanan pangan, revitalisasi pertanian, perikanan, dan kehutanan; (2) peningkatan ketahanan dan kemandirian energi; dan (3) peningkatan pengelolaan sumber daya mineral dan pertambangan.
4. Pertanian secara general dapat diklasifikasikan menjadi dua, yaitu pertanian dalam arti sempit dan pertanian dalam arti luas.
 - 1) Pertanian Dalam Arti Sempit.
Jenis pertanian ini disebut juga dengan pertanian rakyat. Juga bisa diartikan sebagai pengolahan tanaman dan lingkungan untuk memberikan produk. Sistem ini diusahakan dalam skala kecil dan pelakunya adalah bersifat keluarga. Produk utama yang dihasilkan

adalah tanaman pokok yang dikonsumsi sehari-hari seperti, seperti beras, palawija, tanaman hortikultura. Pertanian ini diusahakan di sawah, ladang dan pekarangan. Tujuan usaha ini adalah untuk dikonsumsi sendiri. Dari segi ekonomi, pertanian rakyat merupakan pertanian subsisten.

2) Pertanian dalam arti luas

Pertanian dalam arti luas adalah kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan pemanfaatan sumber daya alam untuk menghasilkan produk dengan campur tangan manusia. Yang termasuk dalam pertanian dalam arti luas pertanian dalam arti sempit, perkebunan, kehutanan, peternakan, dan perikanan.

5. Komponen sumber daya alam dan lingkungan ada 2 antara lain;

- 1) *Renewable*, yaitu komponen yang dapat diperbaharui keberadaannya, kebanyakan adalah komponen abiotik. Seperti Organisme (Cacing, Tikus, Ular, dll), Tanaman Pertanian (Padi, Jagung, dll), Tanaman Nauangan, dan sebagainya;
- 2) *Unrenewable*, yaitu komponen yang tidak dapat diperbaharui, sebagian besar merupakan komponen abiotik seperti lahan, air, dan lain sebagainya. Namun, terkadang komponen abiotik dan biotik tersebut bisa menjadi komponen kuasi *renewable* atau komponen yang bisa bersifat *Renewable* dan *Unrenewable*. Contohnya tanah. Tanah yang dapat diperbaharui jika kita menanaminya dengan singkong secara terus menerus menyebabkan tanah tersebut menjadi panas, sehingga menyebabkan lahan tersebut tidak bisa ditanami produk pertanian yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Anantanyu, S., 2011. *Kelembagaan Petani: Peran dan Strategi Pengembangan Kapasitasnya*. SEPA. Vol. 7 No. 2, p 102-109.
- Aziza, TN., 2009. *Menilik Kebijakan Pembangunan Pertanian*. Artikel. http://download.portalgaruda.org/article.php?article=250684&val=670_2&title=MENILIK%20KEBIJAKAN%20PEMBANGUNAN%20PERTANIAN (Diakses 23 Oktober 2015).
- Brown, LR., 1992. *Tantangan Masalah Lingkungan Hidup (Bagaimana Membangun Masyarakat Manusia Berdasarkan Kesinambungan Lingkungan Hidup yang Sehat)*. Terjemahan. Yayasan Obor. Jakarta.
- Budiman, MA., 2013. *Sektor Pertanian dalam Konsep Pendapatan Nasional*. Makalah. Fakultas Pertanian. Universitas Padjajaran. Bandung
- Burhan, 2011. *Peranan Sumber Daya Manusia dalam Sektor Pertanian*. <http://burhan-arsyad.blogspot.co.id/2011/03/peran-sumber-dayamanusia-dalam-sektor.html>. (Diakses 14 Oktober 2015).
- Gultom, MK., 2015. *Bagaimana Upaya untuk Meningkatkan Ketahanan Pangan di Indonesia*. <https://masrogultom.wordpress.com/2014/05/20/bagaimana-upaya-untuk-meningkatkan-ketahanan-pangan-di-indonesia/>. (Diakses 11 Oktober 2015).
- Hasanah, U., 2011. *Sumber Daya dalam Pertanian*. <http://pepuussevimaullilik.blogspot.co.id/2011/06/sumber-daya-dalam-pertanian.html>. (Diakses 14 Oktober 2015).
- Prabowo, R., 2010. *Kebijakan Pemerintah Dalam Mewujudkan Ketahanan Pangan di Indonesia*. Jurnal Mediagro. Vol. 6 No. 2, p 62-73.
- Susetiawan, 2011. *Sektor Pertanian: Sektor Penting yang Semakin Ditinggalkan*. Pusat Studi Pedesaan dan Kawasan (PSPK). Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Syahputra, G., 2014. *Ciri-ciri Pertanian*. <http://gandasy.blogspot.co.id/2014/05/ciri-ciri-pertanian.html> (Diakses Tanggal 14 Oktober 2015).



EKONOMI PERTANIAN

BAB 3: TEORI PRODUKSI PERTANIAN

Prisca Nurmala Sari, S.E., M.Si.

Politeknik Digital Boash Indonesia

BAB 3

TEORI PRODUKSI PERTANIAN

A. PENDAHULUAN

Petani atau produsen menjalankan kegiatan bisnis dengan tujuan memperoleh keuntungan (*profit*) setinggi-tingginya. Kegiatan produksi merupakan kegiatan menghasilkan produk barang dan jasa. Kegiatan ini sangat penting bagi produsen karena akan menentukan jumlah produksi dan pada akhirnya akan menentukan nilai keuntungan. Oleh karena kegiatan ini sangat penting, maka petani atau produsen harus dapat mengelola *input* atau bahan baku secara efektif dan efisien. Agar kegiatan produksi berjalan efektif dan efisien, petani atau produsen harus dapat memahami teori produksi pertanian.

Teori produksi pertanian merupakan teori yang mempelajari mengenai kegiatan produksi atau kegiatan mengubah *input* menjadi produk (*output*). Di dalam teori ini, akan dipelajari mengenai *input-input* apa saja yang dapat digunakan di dalam kegiatan produksi, bagaimana mengelola *input-input* tersebut, bagaimana hukum yang terjadi di dalam teori produksi, bagaimana efek jika ada penambahan *input* terhadap *output* yang dihasilkan, kombinasi *input* yang bagaimanakah yang dapat memaksimalkan keuntungan dari perspektif produksi dan lain-lain. Materi teori produksi pertanian akan dibahas dari sisi petani atau produsen. Banyak kurva yang akan dibahas pada materi ini. Kurva-kurva tersebut menggambarkan kondisi ekonomi atau teori ekonomi pertanian serta hubungan antara variabel pada sumbu x dan variabel pada sumbu y.

Adapun tujuan mempelajari teori produksi pertanian adalah:

1. Untuk mendapatkan keuntungan yang maksimum.
2. Untuk dapat mengelola sumber daya *input* yang efektif dan efisien.
3. Sebagai masukan bagi tim manajemen untuk menetapkan strategi usaha.

B. FUNGSI PRODUKSI

Kegiatan produksi merupakan serangkaian kegiatan yang ditempuh untuk menghasilkan produk barang dan jasa. Pada sektor pertanian, kegiatan produksi produk pertanian tidak sama dengan produksi produk lainnya. Terdapat ciri khas produk pertanian, yaitu *bulky* (jumlah yang banyak), *voluminous* (butuh ruang yang luas), dan *perishable* (mudah rusak). Hal tersebut yang membedakan antara produk pertanian dan produk biasa.

Kegiatan produksi yang menghasilkan produk pertanian membutuhkan sumber daya sebagai *input*. Di dalam kegiatan produksi pertanian, *input* dapat dibedakan sebagai berikut (Penson *et al*, 2018):

a. Lahan

Lahan disini merupakan tanah di daratan yang dapat digunakan untuk produksi produk pertanian. Tidak hanya tanah, tetapi juga sumber daya lainnya seperti mineral, air bawah tanah, hutan, dan lain-lain.

b. Tenaga Kerja

Tenaga kerja mencakup seluruh jasa tenaga kerja, baik tenaga kerja tetap maupun tenaga kerja tidak tetap kecuali aktivitas manajerial.

c. Modal

Modal di dalam konteks *input* tidak hanya berupa uang, tetapi juga peralatan-peralatan yang dapat digunakan untuk mendukung produksi pertanian. Barang atau peralatan yang dapat dikategorikan sebagai modal adalah barang-barang yang tidak secara langsung memenuhi kepuasan konsumen, tetapi ikut andil dalam mendukung kegiatan produksi.

d. Manajemen

Di dalam proses produksi, manajemen atau pengolahan memiliki peran penting dalam keberhasilannya. Terdapat proses perencanaan, pengelolaan atau pengorganisasian hingga pengawasan. *Input* manajemen juga dapat membuat bisnis pertanian produsen menjadi terus berlanjut.

Seluruh *input-input* tersebut akan diproses ke dalam kegiatan produksi dan menghasilkan *output* produk pertanian. Hubungan antara *input-input* tersebut dengan *output* produk pertanian dapat digambarkan di dalam

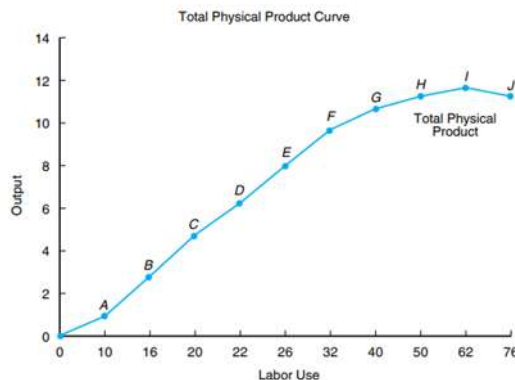
persamaan matematika, yaitu melalui fungsi produksi. Melalui fungsi ini, dapat diketahui jika produsen menggunakan *input* sejumlah tertentu, maka berapa *output* yang dapat dihasilkan. Persamaan fungsi produksi adalah sebagai berikut (Rasmussen, 2013; Penson *et al*, 2018; Pindyck dan Rubinfeld, 2018; Colander, 2020; Arifin, 2021):

$$y = f(x_1, x_2, \dots)$$

Dimana y adalah jumlah *output*, x_1 dan x_2 adalah *input* 1 dan *input* 2. Persamaan tersebut menggambarkan bahwa *output* y akan dihasilkan dari pengelolaan kombinasi *input-input* x_1 , x_2 , dan *input* lainnya tergantung pada kebutuhan.

C. KURVA TOTAL PRODUKSI

Di dalam ekonomi produksi pertanian, terdapat kurva total produksi atau dikenal istilah *Total Physical Product* (TPP). Kurva ini menggambarkan jumlah produk (*output*) yang dapat dihasilkan dari pemakaian *input*. Sumbu x pada kurva ini menunjukkan besaran *input* yang digunakan, sedangkan sumbu y pada kurva ini menunjukkan jumlah *output* yang dihasilkan. Kurva TPP dapat dilihat pada Gambar 4.1.



Gambar 4.1. Kurva *Total Physical Product* (TPP)

Sumber: Penson, *et al*. (2018)

Hubungan antara *input* dan *output* juga dapat digambarkan pada kurva MP (*Marginal Product*) dan AP (*Average Product*). Menurut Penson *et al*, 2018 ; Pindyck dan Rubinfeld, 2018 ; serta Colander, 2020, kurva MP menggambarkan tambahan *output* yang dihasilkan ketika menambah satu satuan *input* x dengan asumsi jumlah *input* lainnya tetap. Jika dituliskan di dalam persamaan, maka persamaan MP (*Marginal Product*) dapat dilihat sebagai berikut:

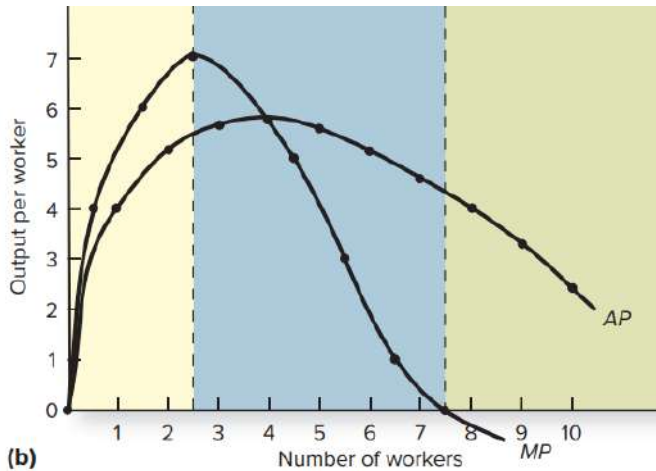
$$MP = \frac{\Delta output}{\Delta input}$$

$\Delta output$ merupakan tambahan jumlah *output* yang dihasilkan dari kegiatan produksi, sedangkan $\Delta input$ merupakan tambahan jumlah *input* yang digunakan dalam kegiatan produksi. Menurut Penson *et al*, 2018, terdapat hubungan yang sangat penting antara kurva TPP dan MP. Kemiringan atau *slope* kurva TPP sama dengan *slope* kurva MP. Kurva MP mengukur tingkat perubahan *output* berdasarkan perubahan penggunaan *input*. Pergerakan garis kurva MP mengikuti pergerakan garis kurva TPP.

Kurva *Average Product* (AP) merupakan kurva yang menggambarkan rata-rata *output* yang dapat dihasilkan dari penggunaan *input* sebesar satu unit. Pindyck dan Rubinfeld (2018) menjelaskan pengertian AP adalah tingkat *output* per unit. Persamaan AP (*Average Product*) dapat dilihat sebagai berikut (Penson *et al*, 2018 ; Pindyck dan Rubinfeld, 2018):

$$AP = \frac{output}{input}$$

Average product juga dapat digunakan untuk mengukur tingkat produktivitas pemakaian *input* setiap satuan unit. Kurva MP dan AP berada di dalam satu koordinat kartesius. Kedua kurva tersebut dapat dilihat pada Gambar 4.2.



Gambar 4.2. Kurva *Marginal Product* (MP) dan *Average Product* (AP)
Sumber: Colander (2020)

Jika dilihat dari Gambar 4.2, dapat disimpulkan beberapa poin sebagai berikut (Penson, *et al.*, 2018):

- Ketika kurva MP berada di atas kurva AP, kurva AP akan naik ke atas.
- Ketika kurva MP di bawah kurva AP, kurva AP akan turun ke bawah.
- Kurva MP akan berpotongan dengan kurva AP di saat kurva AP mencapai titik maksimum.

Kurva TPP dapat diturunkan menjadi kurva MP dan kurva AP. Ketiga kurva ini memiliki hubungan yang erat karena ketiganya menggambarkan hubungan antara pemakaian satu *input* dan *output*. Asumsi yang digunakan pada ketiga kurva ini adalah jumlah *input* lainnya tetap. Jika dilihat pada Gambar 4.3, kurva TPP dapat dibagi menjadi tiga daerah, yaitu (Debertin, 2002; Gardner dan Rausser, 2002; Desai, 2010 ; Varian, 2010); Rasmussen, 2013 ; Case, *et al.* (2017); Mankiw, 2018 ; McConnell *et al.*, 2018; Penson *et al.*, 2018 ; Pindyck dan Rubinfeld, 2018 ; Frank *et al.*, 2019 ; Colander, 2020 ; Arifin, 2021):

- Daerah 1
Daerah 1 dimulai dari titik 0 pada sumbu x hingga titik A. Pada daerah ini, kurva TPP bergerak naik, kurva MP bergerak naik hingga sampai

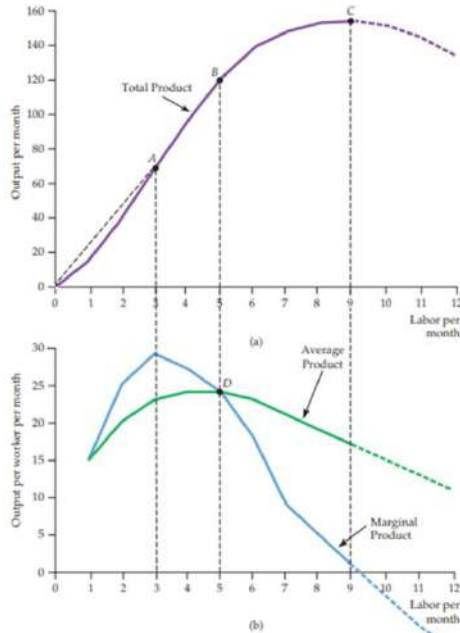
pada titik maksimumnya, sedangkan kurva AP bergerak naik di bawah kurva MP. Daerah ini menunjukkan hubungan *increasing return to scale*, yaitu semakin banyak tambahan *input* yang digunakan petani atau produsen, maka semakin naik juga tambahan *output* yang dihasilkan. Daerah 1 merupakan daerah yang irasional karena kegiatan produksi tidak akan selamanya menghasilkan *output* yang terus meningkat.

- Daerah 2

Daerah 2 dimulai dari titik A hingga titik C pada kurva TPP. Pada daerah ini, kurva TPP bergerak naik hingga mencapai titik maksimum kurva, pada titik C. Jika dilihat pada kurva di bawah kurva TPP, kurva MP bergerak turun hingga nilai MP sama dengan 0 (nol). Pada daerah ini juga kurva MP berpotongan dengan kurva AP. Kurva AP bergerak naik hingga mencapai titik maksimum saat berpotongan dengan kurva MP, kemudian turun, tetapi berada di atas kurva MP. Daerah 2 disebut juga daerah rasional karena memiliki hubungan *decreasing return to scale* yang berarti bahwa jika terdapat peningkatan jumlah *input* yang digunakan, maka tambahan jumlah *output* yang dihasilkan akan menurun. Daerah ini disebut daerah rasional karena sesuai dengan hukum *the law of diminishing return*, yaitu ketika terdapat penambahan *input* yang digunakan dalam kegiatan produksi, maka nilai *marginal product* menurun dengan asumsi jumlah *input* lainnya tetap.

- Daerah 3

Daerah 3 dimulai dari titik maksimum kurva TPP, yaitu titik C pada Gambar 4.3 hingga menurun sampai titik akhir. Pada daerah ini, nilai MP sama dengan 0 (nol) dan bergerak ke bawah hingga bernilai negatif. Hal tersebut menunjukkan bahwa di saat total produk atau *output* sudah di titik paling maksimal (titik C) dan tidak dapat berproduksi lagi, MP sama dengan nol karena tidak ada lagi tambahan *output* walaupun penggunaan *input* ditambah ($\Delta \text{output} = 0$). Kurva AP juga bergerak turun. Daerah ini disebut juga dengan daerah irasional karena pertambahan jumlah *input* yang dilakukan dalam kegiatan produksi akan mengurangi jumlah *output* yang dihasilkan. Hal tersebut akan merugikan produsen atau petani.



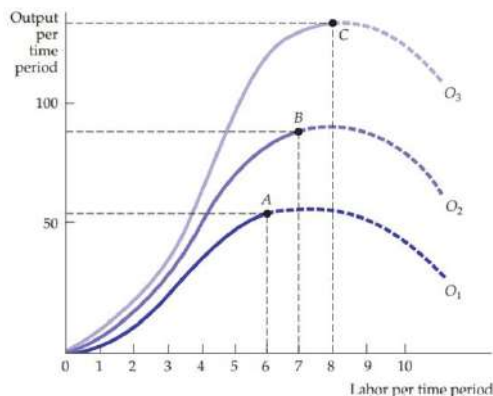
Gambar 4.3. Kurva *Total Physical Product* (TPP), *Marginal Product* (MP), dan *Average Product* (AP)

Sumber: Pindyck dan Rubinfeld (2018)

D. EFEK DARI PEMAKAIAN TEKNOLOGI

Produsen atau petani tidak hanya memiliki kurva TPP (*Total Physical Product*) yang sama pada setiap musim tanamnya atau siklus produksinya. Produsen atau petani dapat memiliki lebih dari satu kurva TPP. Kurva TPP dapat bergeser naik ke atas, dapat juga turun ke bawah. Kurva TPP menggambarkan produktivitas pemakaian *input*. Produktivitas adalah jumlah *output* per satuan unit *input* (Penson *et al*, 2018). Menurut Pindyck dan Rubinfeld (2018), produktivitas pemakaian *input* dapat meningkat jika terdapat penggunaan atau proses pengembangan teknologi di dalam kegiatan produksi walaupun hukum *diminishing returns* akan tetap berlaku. Dengan adanya teknologi, jumlah *output* akan meningkat sehingga dapat menggeser kurva TPP ke atas. Semakin canggih dan banyak teknologi yang digunakan, maka akan semakin tinggi pula jumlah *output* yang akan

dihasilkan. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat produktivitas pemakaian input juga naik. Gambar efek penggunaan teknologi di dalam kegiatan produksi dapat dilihat pada Gambar 4.4. Pada awalnya, kurva TPP petani atau produsen adalah kurva O_1 , kemudian oleh karena petani atau produsen menggunakan teknologi, maka jumlah *output* yang dihasilkan meningkat, dan kurva TPP bergeser ke atas menjadi kurva O_2 . Kemudian, jika petani atau produsen menemukan teknologi yang lebih canggih lagi sehingga dapat meningkatkan produktivitasnya, maka kurva TPP akan bergeser lagi ke atas hingga kurva O_3 . Tidak ada batasan pergeseran kurva TPP. Hal tersebut tergantung pada kondisi lingkungan dan penggunaan teknologi di dalam kegiatan produksi.



Gambar 4.4. Efek Pengembangan Teknologi pada Kurva *Total Physical Product* (TPP)

Sumber: Pindyck dan Rubinfeld (2018)

E. ELASTISITAS PRODUKSI

Elastisitas produksi merupakan persentase perubahan jumlah produk (*output*) terhadap perubahan jumlah *input* yang digunakan dalam proses produksi (Arifin, 2021). Dalam setiap menambah jumlah produk, hal yang perlu dilakukan oleh petani atau produsen adalah menambah *input* sebagai bahan baku dalam produksi. Jika petani atau produsen menambah jumlah *input*, maka secara logika, jumlah *output* akan bertambah. Namun, hal tersebut tidak selalu demikian. Hal tersebut dikarenakan terdapat

hukum *the law of diminishing return* yang menyatakan bahwa jumlah *output* akan menurun setelah mencapai titik maksimumnya. Persamaan elastisitas produksi dapat dilihat sebagai berikut:

$$E_p = \frac{\text{Persentase perubahan jumlah output}}{\text{Persentase perubahan jumlah input}}$$

$$E_p = \frac{\frac{\Delta y/y}{\Delta x/x}}{\frac{MPP}{APP}}$$

Nilai elastisitas produksi juga menggambarkan tingkat respon penggunaan *input* terhadap *output*. Jika nilai E_p lebih besar dari satu, berarti *output* sangat responsif terhadap perubahan jumlah *input* yang digunakan. Secara rinci interpretasi dari nilai elastisitas produksi dapat dilihat sebagai berikut (Arifin, 2021):

1. $E_p > 1$; dimulai dari titik sumbu 0 pada kurva total produksi (Gambar 4.3) sampai pada titik B di saat MPP sama dengan APP.
2. $E_p = 1$; dicapai saat titik B atau nilai MPP sama dengan nilai APP.
3. $E_p < 1$ tetapi > 0 ; dari titik B sampai pada titik C atau sampai pada TPP maksimum atau pada saat MPP = 0.
4. $E_p = 0$; dicapai hanya pada saat TPP maksimum atau pada saat MPP = 0.
5. $E_p < 0$; dimulai dari titik C dan seterusnya.
6. E_p akan mencapai maksimum pada titik A atau pada saat MPP mencapai maksimum. Pada fungsi produksi selain fungsi neoklasik mungkin saja terjadi pada saat MPP tidak maksimum.

F. MAKSIMISASI KEUNTUNGAN DARI PERSPEKTIF PRODUKSI

Keuntungan merupakan total penerimaan dikurangi total biaya. Keuntungan atau profit dilambangkan dengan simbol π . Total penerimaan adalah hasil penjualan produk dengan tingkat harga jual tertentu. Sedangkan total biaya adalah jumlah keseluruhan biaya yang dikeluarkan oleh petani atau produsen untuk menghasilkan produk. Persamaan keuntungan dapat dilihat di bawah ini (Arifin, 2021).

$$\pi = TVP - TFC$$

Keterangan:

$$\pi = \text{Keuntungan}$$

TVP = *Total Value of Product*

TFC = Total Biaya Faktor

Arifin (2021) melambangkan total penerimaan sebagai TVP (*Total Value of Product*). Total penerimaan diperoleh dari hasil perkalian jumlah *output* (produk) dan harga jual. Oleh karena jumlah petani sangat banyak, maka struktur pasar yang dihadapi petani adalah pasar persaingan sempurna. Hal tersebut menandakan bahwa petani bertindak sebagai *price taker*. Petani tidak dapat menentukan harga sendiri. Harga jual produk ditentukan oleh mekanisme pasar, yaitu kekuatan permintaan (*demand*) dan penawaran (*supply*). Menurut Brakman dan Heijdra (2004) serta Arifin (2021), hal tersebut membuat harga dianggap tetap (p^0). Persamaan total penerimaan dapat dilihat sebagai berikut.

$$TVP = p^0 \cdot y$$

Keterangan:

TVP = Total Penerimaan

p^0 = Harga jual produk yang diasumsikan tetap

y = Jumlah produk (*output*)

Sedangkan total biaya produksi menurut Arifin (2021) dilambangkan sebagai total biaya faktor (*Total Factor Cost*). Biaya faktor yang dimaksud adalah biaya faktor produksi yang merupakan *input-input* yang digunakan dalam kegiatan produksi. Biaya ini diperoleh dari hasil perkalian harga *input* dan jumlah *input* yang digunakan. Oleh karena harga *input* pertanian juga tidak dapat dipengaruhi oleh penjual, maka harga *input* diasumsikan tetap (p^0). Persamaan total biaya faktor (TFC) dapat dilihat sebagai berikut.

$$TFC = r^0 \cdot x$$

Keterangan:

TFC = Total Biaya Faktor

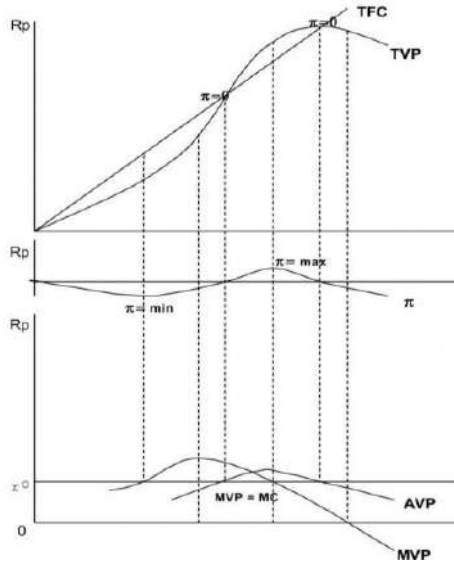
r^0 = Harga *input* yang diasumsikan tetap

x = Jumlah *input*

Jika disatukan antara persamaan profit, TVP, dan TFC, maka persamaan dapat dilihat sebagai berikut.

$$\pi = \text{TVP} - \text{TFC}$$

$$\pi = p^0 \cdot y - r^0 \cdot x$$



Gambar 4.5. Fungsi Keuntungan, TVP, TFC, MVP, dan MFC

Sumber: Arifin (2021)

Kurva fungsi keuntungan pada dasarnya dapat diturunkan dari kurva total produksi fisik (*total physical product*). Penurunan kurva fungsi keuntungan dapat dilihat pada Gambar 4.5. Pada gambar tersebut, diketahui bahwa petani atau produsen akan mengalami kerugian hingga titik keuntungan terendah ($\pi = \min$) ketika TFC lebih besar dari TVP. Dan sebaliknya, petani atau produsen akan menerima keuntungan hingga titik keuntungan tertinggi ($\pi = \max$) saat TFC lebih kecil daripada TVP. Petani atau produsen menerima keuntungan normal ($\pi = 0$) ketika kurva TFC berpotongan dengan kurva TVP. Dapat dilihat juga pada gambar tersebut, kurva keuntungan (π) memiliki dua *slope* yang bernilai 0 (nol), yaitu pada titik $\pi = \min$ dan $\pi = \max$. *Slope* fungsi keuntungan dapat diturunkan dari persamaan keuntungan yang sudah disampaikan sebelumnya. Secara

matematis, penurunan persamaan keuntungan dapat dilihat sebagai berikut (Arifin 2021).

$$\frac{d\pi}{dx} = \frac{dTVP}{dx} - \frac{dTFC}{dx}$$

$dTVP/dx$ dapat disebut sebagai nilai produk marjinal (*MVP/Marginal of Value Product*). Sedangkan $dTFC/dx$ dapat disebut sebagai biaya faktor marjinal (*MFC/Marginal Factor Cost*). Keuntungan maksimum dapat dicapai ketika $d\pi/dx = 0$. Pada saat itu, nilai MVP akan sama dengan nilai MFC. Hal tersebut dapat dilihat pada persamaan sebagai berikut.

$$\begin{aligned} MVP &= \frac{dTVP}{dx} = p \cdot \frac{dy}{dx} \\ &= p \cdot MPP = VMP \\ MFC &= \frac{dTFC}{dx} = r \\ VMP &= r \end{aligned}$$

Jadi, keuntungan maksimum akan dicapai petani atau produsen saat nilai VMP (*Value of Marginal Product*) sama dengan nilai r atau harga *input*. VMP adalah nilai tambahan penerimaan yang disebabkan oleh bertambahnya jumlah *input* yang digunakan.

G. RANGKUMAN MATERI

- Kegiatan produksi merupakan kegiatan menghasilkan produk (*output*) dengan menggunakan *input-input* sebagai bahan baku.
- *Input-input* dalam kegiatan produksi dapat diklasifikasikan menjadi 4 kelompok, yaitu:
 1. Lahan
 2. Tenaga kerja
 3. Modal
 4. Manajemen
- Persamaan fungsi produksi adalah sebagai berikut (Rasmussen, 2013 ; Penson et al, 2018; Pindyck dan Rubinfeld, 2018 ; Colander, 2020 ; Arifin, 2021):
 $y = f(x_1, x_2, \dots)$

- Kurva total produk (TPP) menggambarkan jumlah produk (*output*) yang dapat dihasilkan dari pemakaian *input*. Kurva TPP dapat diturunkan menjadi kurva MP dan kurva AP.
- Kurva TPP dapat dibagi menjadi tiga daerah, yaitu:
 1. Daerah I, merupakan daerah irasional karena terjadi *increasing return to scale*.
 2. Daerah II, merupakan daerah rasional karena terjadi *decreasing return to scale*.
 3. Daerah III, merupakan daerah irasional karena terjadi *negative return to scale*.
- Terdapat hukum *the law of diminishing return* pada teori produksi khususnya sektor pertanian, yaitu ketika terdapat penambahan *input* yang digunakan dalam kegiatan produksi, maka nilai *marginal product* menurun dengan asumsi jumlah *input* lainnya tetap.
- Kurva *Marginal Product* (MP) menggambarkan tambahan *output* yang dihasilkan ketika menambah satu satuan *input* x dengan asumsi jumlah *input* lainnya tetap.
- Kurva *Average Product* (AP) merupakan kurva yang menggambarkan rata-rata *output* yang dapat dihasilkan dari penggunaan *input* sebesar satu unit.
- Menurut Pindyck dan Rubinfeld (2018), produktivitas pemakaian input dapat meningkat jika terdapat penggunaan atau proses pengembangan teknologi di dalam kegiatan produksi walaupun hukum *diminishing returns* akan tetap berlaku.
- Elastisitas produksi merupakan persentase perubahan jumlah produk (*output*) terhadap perubahan jumlah *input* yang digunakan dalam proses produksi (Arifin, 2021). Elastisitas produk dilambangkan dengan huruf E_p .
- Jika nilai E_p lebih besar dari satu, berarti *output* sangat responsif terhadap perubahan jumlah *input* yang digunakan.
- Keuntungan merupakan total penerimaan dikurangi total biaya. Keuntungan atau profit dilambangkan dengan simbol π .
- Kurva fungsi keuntungan pada dasarnya dapat diturunkan dari kurva total produksi fisik (*total physical product*).

- Keuntungan maksimum dapat dicapai ketika $d\pi/dx = 0$. Pada saat itu, nilai MVP (*Marginal of Value Product*) akan sama dengan nilai MFC (*Marginal of Factor Cost*).
- Jika fungsi MVP dan MFC digabungkan, maka keuntungan maksimum akan dicapai juga oleh petani atau produsen saat nilai VMP (*Value of Marginal Product*) sama dengan nilai r (harga *input*).

TUGAS DAN EVALUASI

1. Jelaskan alasan mengapa *the law of diminishing return* terjadi!

Jawaban:

The law of diminishing return merupakan hukum ekonomi yang menyatakan bahwa ketika terdapat penambahan *input* yang digunakan dalam kegiatan produksi, maka nilai *marginal product* menurun dengan asumsi jumlah *input* lainnya tetap. Hukum ini terjadi karena jika penambahan *input* terus dilakukan dalam kegiatan produksi khususnya produksi pertanian, maka hal tersebut akan menyebabkan *over dosis* atau kelebihan zat yang diperlukan sehingga dapat mematikan tanaman sehingga jumlah *output* menurun atau negatif.

2. Jelaskan ketiga daerah yang terdapat di kurva total produksi (Kurva TPP)!

Jawaban:

- Daerah 1

Daerah ini menunjukkan hubungan *increasing return to scale*, yaitu semakin banyak *input* yang digunakan petani atau produsen, maka semakin naik juga tambahan *output* yang dihasilkan. Daerah 1 merupakan daerah yang irasional karena kegiatan produksi tidak akan selamanya menghasilkan *output* yang terus meningkat.

- Daerah 2

Daerah 2 disebut juga daerah rasional karena memiliki hubungan *decreasing return to scale* yang berarti bahwa jika terdapat peningkatan jumlah *input* yang digunakan, maka tambahan *output* yang dihasilkan berkurang. Daerah ini disebut daerah rasional karena sesuai dengan hukum *the law of diminishing return*, yaitu

ketika terdapat penambahan *input* yang digunakan dalam kegiatan produksi, maka nilai *marginal product* menurun dengan asumsi jumlah *input* lainnya tetap.

- Daerah 3

Daerah 3 disebut daerah irasional karena memiliki hubungan *negative return to scale*. Daerah ini disebut juga dengan daerah irasional karena pertambahan jumlah *input* yang dilakukan dalam kegiatan produksi akan mengurangi jumlah *output* yang dihasilkan. Hal tersebut akan merugikan produsen atau petani.

3. Isilah tabel di bawah ini!

<i>Input (x)</i>	Δx	<i>Output (y)</i>	Δy	MPP	APP

Jawaban:

<i>Input (x)</i>	Δx	<i>Output (y)</i>	Δy	MPP	APP
2	-	0	-	-	-
6	4	4	4	1	0,67
8	2	8	4	2	1
10	2	14	6	3	1,4
12	2	22	8	4	1,83
14	2	32	10	5	2,3

4. Jelaskan mengapa teknologi perlu diaplikasikan pada kegiatan produksi pertanian!

Jawaban:

Teknologi dibutuhkan dan dikembangkan terutama dalam kegiatan produksi pertanian. Hal tersebut dikarenakan teknologi dapat meningkatkan produktivitas dalam kegiatan produksi. Teknologi dapat meningkatkan kemampuan satuan *input* untuk menghasilkan *output* yang lebih banyak. Sehingga jika digambarkan dengan kurva total produksi (kurva TPP), maka kurva yang sudah diaplikasikan teknologi akan bergeser ke atas dari kurva TPP sebelumnya.

5. Apa yang harus petani atau produsen lakukan untuk meningkatkan keuntungan dari perspektif produksi?

Jawaban:

Jika dilihat dari persamaan keuntungan seperti di bawah ini,

$$\pi = \text{TVP} - \text{TFC}$$

$$\pi = p^0 \cdot y - r^0 \cdot x$$

nilai harga *output* (p^0) dan harga *input* (r^0) diasumsikan tetap karena tidak dapat dikendalikan oleh petani atau produsen. Oleh karena itu, hal yang dapat dilakukan oleh petani atau produsen adalah dengan meningkatkan jumlah *output* produksinya (y).

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, B. (2021). *Ekonomi Pertanian*, Edisi Kedua. Universitas Terbuka.
- Brakman, S., Heijdra, B. J. (Eds.). (2004). *The Monopolistic Competition Revolution in Retrospect*. Cambridge University Press.
- Case, K. E., Fair, R. C., & Oster, S. M. (2017). *Principles of Microeconomics*. Pearson Education Limited.
- Colander, D. (2020). *Microeconomics, Eleventh Edition*. Mc Graw Hill Education.
- Debertin, DL. (2002). *Agricultural Production Economics, Second Edition*. University of Kentucky, Department of Agricultural Economics.
- Desai, PK. (2010). *Agricultural Economics*. Biotech Books.
- Frank, RH., Bernanke, BS., Antonovics, K., Heffetz, O. (2019). *Principles of Microeconomics*, Seventh Edition. Mc Graw Hill Education.
- Gardner, BL., Rausser, GC. 2002. *Handbook of Agricultural Economics*. (Elsevier, Amsterdam). Vol.2 (1). Hal.263- 285.
- Mankiw, N., G. (2018). *Principles of Microeconomics (8th ed.)*. Cengage Learning.
- McConnell, C. R., Brue, S. L., & Flynn, S. M. (2018). *Microeconomics: Principles, Problems, And Policies* (21st ed.). McGraw-Hill Education.
- Penson, JB., Capps, O., Rosson, CP., Woodward, RT. (2018). *Introduction to Agricultural Economics*, Seventh Edition. Pearson.
- Pindyck, RS., Rubinfeld, DR. (2018). *Microeconomics*. Pearson.
- Rasmussen, S. (2013). *Production Economics: The Basic Theory of Production Optimisation*. Springer.
- Varian, H., R. (2010). *Intermediate Microeconomics: A Modern Approach* (8th ed.). W. W. Norton & Company.



EKONOMI PERTANIAN

BAB 4: BIAYA PRODUKSI

Dr. Indriana, S.P., M.Si.

Universitas Ichsan Gorontalo

BAB 4

BIAYA PRODUKSI

Pada saat melakukan suatu kegiatan usaha setiap individu atau kelompok pasti memerlukan biaya yang digunakan untuk memproduksi suatu barang yang dihasilkannya tidak terkecuali seorang petani. Petani membutuhkan biaya produksi untuk menghasilkan tanaman yang diproduksinya. Biaya produksi yang dikeluarkan seorang petani selama melakukan kegiatan usaha tani antara lain untuk membayar biaya perawatan tanaman seperti pembelian obat pembasmi hama dan juga pupuk yang dapat meningkatkan kualitas tanaman yang di produksi petani. Selain itu, biaya produksi yang harus dikeluarkan petani dalam melakukan kegiatan produksi yaitu untuk membayar upah tenaga kerja dari awal penanaman tanaman yang di produksinya hingga prosen panen tanaman tersebut. Semua hal tersebut membutuhkan biaya yang kadang cukup besar. Banyak petani yang merawat sendiri tanaman yang di produksinya untuk menekan biaya produksi untuk meningkatkan pendapatannya

Menurut Mulyadi (2009) biaya produksi adalah biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Contohnya adalah biaya depresiasi mesin dan *equipment*, biaya bahan baku, biaya bahan penolong, biaya gaji karyawan yang digunakan yang bekerja dalam bagan-bagian, baik langsung maupun tidak langsung berhubungan dengan proses produksi.

Pengertian biaya produksi dalam arti sempit adalah pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva, sedangkan dalam arti luas biaya produksi adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, yang dilakukan untuk tujuan tertentu (Ahyari, 1979). Biaya produksi juga merupakan biaya yang dipakai untuk menilai persediaan yang dicantumkan dalam laporan keuangan dan jumlahnya relatif lebih besar daripada jenis biaya lain yang selalu terjadi berulang-ulang dalam pola yang sama secara rutin (Mas'ud, 2009)

Biaya produksi menurut Daniel (2002) adalah biaya sebagai kompensasi yang diterima oleh para pemilik faktor-faktor produksi, atau biaya-biaya yang dikeluarkan oleh para pengusaha dalam proses produksi, baik secara tunai maupun tidak tunai. Sedangkan menurut Sriyadi (1995) biaya produksi adalah pengorbanan yang seharusnya dapat diduga lebih dahulu dan tidak dapat dihindarkan, yang dapat dihitung dengan nilai uang dan yang berhubungan dengan produksi barang dan jasa. Dari penjelasan-penjelasan yang telah dijabarkan di atas maka dapat disimpulkan bahwa biaya produksi adalah seluruh biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan guna membiayai proses produksi dalam mengolah bahan mentah atau bahan setengah jadi menjadi produk jadi yang siap untuk digunakan oleh konsumen

A. MACAM-MACAM BIAYA PRODUKSI

Menurut Haryanto(2002), biaya produksi secara lebih luas dalam suatu perusahaan dapat dibedakan menjadi:

1. Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap merupakan biaya yang dalam kurun waktu tertentu jumlahnya tetap dan tidak berubah. Biaya ini tidak tergantung dari banyak sedikitnya barang atau *output* yang dihasilkan. Misalnya biaya gaji pegawai tetap, manajer, sewa tanah, penyusutan mesin, bunga pinjaman bank. Biaya tetap ini dibedakan menjadi dua macam yaitu:

- a. Biaya tetap total (*total fixed cost*), merupakan jumlah keseluruhan biaya yang dikeluarkan dalam jumlah tetap dalam jangka waktu tertentu
- b. Biaya tetap rata-rata (*average fixed cost*), merupakan biaya tetap yang dibebankan pada setiap satuan *output* yang dihasilkan.

2. Biaya Variabel (*Variabel Cost*)

Biaya variabel merupakan pengeluaran yang jumlahnya tidak tetap atau berubah-ubah sesuai dengan jumlah *output* yang dihasilkan. Dalam hal ini, semakin banyak jumlah produk yang dihasilkan, semakin besar pula biaya variabelnya. Misalnya biaya bahan baku, bahan pembantu, bahan bakar, dan upah tenaga kerja langsung. Biaya variabel ini dibedakan menjadi dua macam yaitu:

- a. Biaya variabel total (*total variabel cost*), merupakan seluruh biaya yang harus dikeluarkan selama masa produksi *output* dalam jumlah tertentu.
- b. Biaya variabel rata-rata (*average variabel cost*), merupakan biaya variabel yang dikeluarkan untuk setiap unit *output*

3. **Biaya Total (*Total Cost*)**

Biaya total merupakan jumlah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi semua *output*, baik barang maupun jasa. Biaya ini dapat dihitung dengan menjumlahkan biaya tetap total dengan biaya variabel total.

4. **Biaya Rata-rata (*Average Cost*)**

Biaya rata-rata merupakan biaya total yang dikeluarkan untuk setiap unit *output*.

5. **Biaya *Marginal* (*Marginal Cost*)**

Biaya marginal merupakan kenaikan dari biaya total yang diakibatkan oleh diproduksinya tambahan satu unit *output*.

B. **PERHITUNGAN BIAYA PRODUKSI**

Menurut Mowen (2006) perhitungan biaya produksi ialah: “Salah satu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dengan akurat, tepat dan jelas juga sangat penting dalam menentukan harga pokok penjualan untuk mencapai target laba yang diharapkan”

C. **TUJUAN PERHITUNGAN BIAYA PRODUKSI**

Pada umumnya tujuan dari berdagang ialah mendapatkan dengan memperoleh pendapatan yang semaksimal mungkin dengan pengorbanan yang seminimal mungkin. Untuk mengetahui beberapa besar jumlah laba yang diharapkan diperlukan perhitungan yang pas baik dari pengorbanan maupun pendapatan (Mowen, 2006).

Tujuan dari perhitungan biaya produksi antara lain:

a. **Untuk mengendalikan biaya**

Pengendalian biaya biasa dilakukan dengan menetapkan beberapa cara, yaitu salah satunya dengan sistem biaya normal atau standar. Sistem

ini diambil dari pengalaman pada masa lalu atau bisa disebut penelitian ilmiah.

b. Untuk Perencanaan dan Pengukuran prestasi kerja

Hal ini perlu dilakukan agar dapat menetapkan kebijakan pada masa yang akan datang. Sebelum melakukan proses produksi dan pemakaian tenaga kerja terlebih dahulu di fikirkan secara matang untung mempertimbangkan kejadian-kejadian di masa yang akan datang.

c. Untuk Penetapan Biaya

Sebelum hasil produksi dijual, sebelumnya terlebih dahulu harus ditetapkan harga jualnya. Pada kenyataannya harga jual produksi tidak didasarkan dengan biaya produksi karena masih ada faktor-faktor lain yang harus dipertimbangkan dalam menetapkan dalam menetapkan harga jual. Misalkan penawaran dan permintaan dan peraturan pemerintah. Akan tetapi biaya produksi merupakan langkah pertama dalam menentukan harga jual. Biaya produksi juga sebagai dalam penentuan tingkat laba yang diinginkan.

1) Biaya Tenaga Kerja

Biaya tenaga kerja adalah biaya yang dikeluarkan untuk pekerja atau karyawan yang dapat ditelusuri secara fisik ke dalam pembuatan produk dan bisa pula ditelusuri dengan mudah atau tanpa memakan banyak biaya (Simamora, 1999). Biaya tenaga kerja adalah pengeluaran perusahaan yang digunakan untuk pembayaran (upah atau gaji) tenaga manusia yang bekerja mengolah produk (Nafarin, 2004).

Biaya tenaga kerja adalah semua balas jasa yang diberikan oleh perusahaan kepada semua karyawan (Supriyono, 1999). Sedangkan pengertian biaya tenaga kerja yang dikemukakan oleh Mulyadi (1999) adalah harga yang dikeluarkan untuk penggunaan tenaga kerja manusia yang telah digunakan dalam mengolah produk.

Biaya tenaga kerja adalah semua balas jasa yang diberikan oleh perusahaan kepada semua karyawan. Sesuai dengan fungsi dimana karyawan bekerja, biaya tenaga kerja dapat digolongkan ke dalam biaya tenaga kerja pabrik, biaya tenaga kerja pemasaran, biaya tenaga kerja

administrasi dan umum, serta fungsi keuangan. Biaya tenaga kerja langsung adalah balas jasa yang diberikan kepada karyawan yang manfaatnya dapat diidentifikasi atau diikuti jejaknya pada produk tertentu yang dihasilkan oleh perusahaan (Syahyunan, 2004).

Menurut Soekartawi (2003) faktor produksi tenaga kerja merupakan faktor produksi yang penting dan perlu diperhitungkan dalam proses produksi dalam jumlah yang cukup, bukan saja dilihat dari tersedianya tenaga kerja tetapi kualitas dan macam tenaga kerja perlu diperhatikan. Beberapa hal yang perlu diperhatikan pada faktor produksi tenaga kerja adalah:

a) Tersedianya Tenaga Kerja

Setiap proses produksi diperlukan tenaga kerja yang cukup memadai. Jumlah tenaga kerja yang diperlukan perlu disesuaikan dengan kebutuhan sampai tingkat tertentu sehingga jumlahnya dapat optimal. Jumlah tenaga kerja yang diperlukan ini memang masih banyak dipengaruhi dan dikaitkan dengan kualitas tenaga kerja itu sendiri, jenis kelamin, musim dan upah tenaga kerja.

b) Upah Tenaga Kerja

Dalam menggunakan tenaga kerja optimal, perlu dipertimbangkan kembali berapa upah yang akan dikeluarkan oleh perusahaan untuk tenaga kerjanya.

Upah harus sesuai dengan kinerja yang diberikan oleh tenaga kerja. Sehingga biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dapat optimal juga.

c) Kualitas Tenaga Kerja dalam Proses Produksi

Dalam proses produksi kualitas tenaga kerja selalu diperlukan guna menentukan spesialisasi tenaga kerja. Persediaan tenaga kerja spesialisasi diperlukan karena mereka mempunyai keahlian tertentu dalam bidang yang tertentu pula, dan tenaga kerja spesialisasi ini tersedia dalam jumlah yang terbatas. Bila kualitas tenaga kerja ini tidak diperhitungkan maka akan terjadi kemacetan dalam proses produksi. Sering dijumpai alat-alat produksi berteknologi canggih tidak dioperasikan karena belum tersedianya tenaga kerja yang mempunyai klasifikasi untuk mengoperasikan alat tersebut.

d) Jenis Kelamin

Kualitas tenaga kerja juga dipengaruhi oleh jenis kelamin, apabila dalam proses produksi suatu barang tertentu, tenaga kerja pria mempunyai spesialisasi dalam bidang pekerjaan tertentu seperti mengoperasikan mesin-mesin berat, maka tenaga kerja wanita mengerjakan proses *finishing* atau pengepakan.

e) Tenaga Kerja Musiman

Tenaga kerja musiman dalam industri ditentukan oleh permintaan konsumen. Maka terjadilah penyediaan tenaga kerja musiman dan pengangguran tenaga kerja musiman. Bila terjadi pengangguran semacam ini, maka konsekuensinya juga terjadi migrasi dan urbanisasi musiman Sesuai dengan fungsi di mana karyawan bekerja, biaya tenaga kerja menurut Supriyono (1999) dapat digolongkan ke dalam biaya tenaga kerja pabrik/ produksi, biaya tenaga kerja pemasaran, biaya tenaga kerja administrasi dan umum. Biaya tenaga kerja untuk fungsi produksi dibagi menjadi dua bagian yaitu:

- Biaya tenaga kerja langsung
Yaitu semua balas jasa yang diberikan kepada karyawan pabrik yang manfaatnya dapat diidentifikasi atau diikuti jejaknya pada produk tertentu yang dihasilkan perusahaan.
- Biaya tenaga kerja tidak langsung
Yaitu semua balas jasa yang di berikan kepada karyawan pabrik, akan tetapi manfaatnya tidak dapat diidentifikasi atau diikuti jejaknya pada produk tertentu yang di hasilkan perusahaan.

Menurut BasuSwastha (2000) tenaga kerja dapat dibedakan sesuai dengan fungsinya yaitu:

1. Tenaga Kerja Eksekutif

Tenaga kerja eksekutif adalah tenaga kerja yang mempunyai tugas dalam pengambilan keputusan dan melaksanakan fungsi organik manajemen, merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan, mengkoordinir dan mengawasi.

2. Tenaga Kerja Operatif Tenaga

Kerja operatif adalah tenaga kerja pelaksana yang melaksanakan tugas-tugas tertentu yang dibebankan kepadanya. Tenaga kerja operatif dibagi menjadi tiga yaitu tenaga kerja terampil (*skilled labour*), tenaga kerja setengah terampil (*semiskilled labour*) dan tenaga kerja tidak terampil (*unskilled labour*)

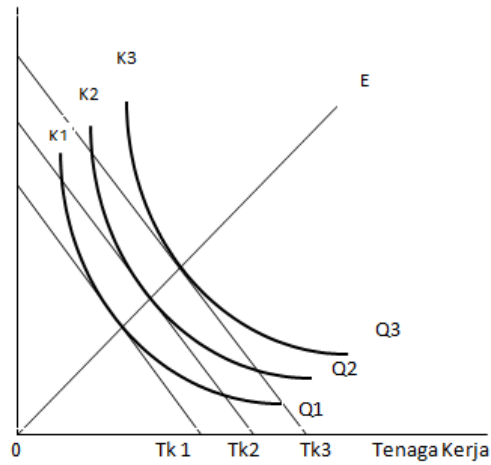
Menurut Basuki dan Prawoto (2014) biaya produksi adalah semua pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan-bahan mentah yang akan digunakan untuk menciptakan barang-barang yang diproduksi perusahaan tersebut. Biaya produksi dapat meliputi unsur-unsur sebagai berikut:

1. Bahan baku atau bahan dasar termasuk bahan setengah jadi
2. Bahan-bahan pembantu atau penolong
3. Upah tenaga kerja dari tenaga kerja kuli hingga direktur.
4. Penyusutan peralatan produksi
5. Uang modal, sewa

a. Biaya Produksi Jangka Panjang dan Fungsi Produksi

Dengan menggunakan alat analisis *isoquant* dan *isocost*, untuk setiap produksi tertentu kita bisa menentukan biaya produksi yang minimum. Dalam gambar 2.1 di bawah ini dapat kita lihat bahwa pada tingkat *output* sebesar Q1, biaya produksi total adalah ditunjukkan pada garis K1TK1 dan tingkat *output* sebesar Q2, biaya produksi total adalah ditunjukkan pada garis K2TK2. Garis *isocost* K2TK2 terletak di atas garis K1TK1. Hal ini berarti untuk menambah *output* dari Q1 ke Q2 diperlukan biaya produksi yang lebih besar. Dengan prosedur yang sama dapat ditentukan biaya produksi minimum untuk setiap tingkat *output* yang lain. Dengan menghubungkan titik biaya minimum untuk

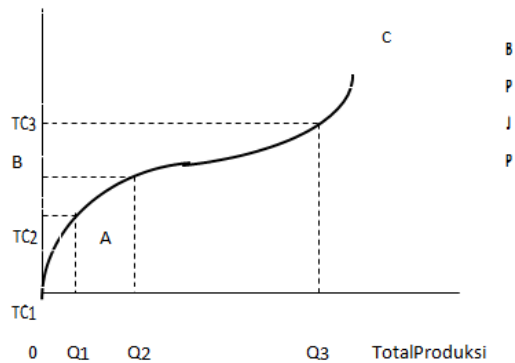
Kapital



Gambar 2.1

Biaya Produksi dan Fungsi Produksi
(Basuki dan Prawoto, 2014)

Total Biaya



Gambar 2.2

Biaya Produksi Jangka Panjang
(Basuki dan Prawoto, 2014)

b. Biaya Produksi Jangka Pendek dan Fungsi Produksi

Das Diagramm zeigt ein Koordinatensystem mit der vertikalen Achse 'Kapital' (K) und der horizontalen Achse '0' (Lohn). Die vertikale Achse ist mit den Werten K1=100, K2=80, K3=50 und K4=20 beschriftet. Die horizontale Achse ist mit den Werten TK1, TK2, TC1, TK3, TC2, TK4, TC3 und TC4 beschriftet. Es gibt zwei konvexe Indifferenzkurven, die als Q1 (oben) und Q2 (unten) bezeichnet werden. Es gibt auch zwei parallele Isokostenlinien, die als D (oben) und C (unten) bezeichnet werden. Die Isokostenlinie D ist tangential zur Indifferenzkurve Q1 bei einem Punkt, dessen Projektionen auf die Achsen K2=80 und TK2=TC1 sind. Die Isokostenlinie C ist tangential zur Indifferenzkurve Q2 bei einem Punkt, dessen Projektionen auf die Achsen K4=20 und TK4=TC3 sind. Weitere Punkte auf den Achsen sind K1=100, K3=50, TK1, TK3, TC2 und TC4.

Gambar 2.3
Biaya Produksi Jangka Pendek dan fungsi produksi

Untuk dapat memahaminya kita gunakan gambar di atas, suatu pabrik akan dapat beroperasi pada *output* Q1 dengan biaya serendah-rendahnya apabila perusahaan tersebut memiliki 100 mesin (saat ini pabrik hanya memiliki 20 mesin dan dalam 1 tahun akan mendatangkan 80 mesin), karena keterbatasan maka mesin dapat dikirim dalam setahun 3 kali atau setiap 4 bulan akan dikirim 30, 30 dan 20 mesin baru. Dalam waktu kurang dari 4 bulan berarti belum ada penambahan mesin baru, sehingga dalam kurang waktu kurang dari 4 bulan perusahaan hanya menghasilkan *output* sebesar Q0. Setelah bulan ke 4 perusahaan mendatangkan 30 mesin baru (sehingga jumlah total mesin 50 unit), jika perusahaan akan meningkatkan *output* dari Q0 ke Q1 maka salah satu caranya perusahaan harus menambah tenaga kerja sebanyak TK2TK4 dengan biaya total sebesar TC4. Biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan Q1 terlalu besar, hal ini disebabkan karena ketidakmampuan perusahaan untuk mendatangkan mesin baru. Setelah masuk bulan ke 8 maka ada tambahan mesin baru sebanyak 30 unit (total mesin menjadi 80 unit), sehingga untuk menghasilkan *output* dibutuhkan tambahan TK sebanyak TK1TK3 dengan biaya total TC3 (dimana $TC3 < TC4$). Dengan tambahan mesin baru produsen mempunyai cara lebih murah untuk menghasilkan *output* Q1. Setelah masuk ke bulan ke 12 ada tambahan mesin baru masuk sebanyak 20 unit, sehingga total mesin menjadi 100 unit, dengan beroperasi dengan menggunakan mesin sebanyak 100 unit dengan TK sebanyak TK1 perusahaan dapat beroperasi dengan biaya paling minimum yaitu pada TC2. Akhirnya keseimbangan tercapai dalam 1 tahun penuh, yaitu dengan 100 mesin dengan *output* sebanyak Q1 dan biaya total TC2. Dari kasus di atas dapat diambil kesimpulan semakin pendek kurun waktu akan semakin mahal biaya produksi untuk menghasilkan *output* sejumlah tertentu.

D. JENIS- JENIS BIAYA PRODUKSI

Secara garis besar biaya produksi perusahaan ada dua jenis biaya produksi eksplisit dan implisit. Penjelasan dua jenis biaya produksi adalah sebagai berikut:

1. Biaya Eksplisit (langsung)

Biaya Eksplisit merupakan jenis biaya produksi yang dialokasikan perusahaan dalam membeli sejumlah kebutuhan dengan pembayaran

tunai. Dalam hal ini contoh biaya produksi adalah pembelian bangunan, tanah, mesin, gaji karyawan dan bahan baku.

Jenis biaya produksi eksplisit akan dicatat secara langsung dalam laporan keuangan. Besaran biaya langsung seringkali berbeda waktunya. Mengingat harga bahan baku atau kebutuhan lainnya mengalami naik turun.

2. Biaya Implisit (Tersembunyi)

Biaya Implisit merupakan pengeluaran perusahaan dalam memberikan fasilitas produksi tanpa mempengaruhi proses manufaktur secara langsung. Namun hasilnya dirasakan dalam jangka panjang, biasanya biaya tidak langsung ini dimasukkan dalam biaya *overhead*. Contoh biaya implisit adalah perawatan mesin, pelatihan SDM, biaya sewa dan sebagainya.

E. UNSUR BIAYA PRODUKSI

Proses produksi tidak hanya melibatkan pengolahan bahan baku saja, terdapat unsur lain yang harus diperhitungkan dalam biaya produksi. Beberapa unsur biaya produksi antara lain:

1. Biaya Bahan Baku

Bahan baku merupakan aspek terpenting dalam produksi suatu produk, sehingga unsur biaya produksi adalah biaya bahan baku. Biaya pengeluaran ini digunakan dalam memenuhi kebutuhan bahan baku agar terciptanya suatu produk, hasilnya bahan baku terlihat secara fisik.

2. Biaya Sumber Daya Manusia

Dalam proses pengolahan bahan baku menjadi suatu produk memerlukan bantuan mesin dan tenaga manusia. Keterlibatan SDM membuat perusahaan wajib memberikan upah sebagai ganti tenaga yang dikeluarkan. Sehingga unsur biaya produksi adalah sumber daya manusia. Biaya ini dikeluarkan oleh perusahaan dalam bentuk gaji bulanan atau dalam periode tertentu sesuai kesepakatan.

3. Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya *overhead* merupakan pengeluaran perusahaan terhadap kebutuhan manufaktur dan secara tidak langsung berkaitan dengan hasil produksi. Dapat dikatakan biaya *overhead* pabrik yaitu besaran

dana untuk keperluan penunjang proses produksi. Contoh biaya produksi adalah biaya listrik, perawatan mesin pabrik.

F. TEORI BIAYA PRODUKSI

Teori biaya produksi adalah sebagai berikut:

1. **Full Costing**

Full Costing adalah metode perhitungan biaya produksi dengan menjumlahkan seluruh unsur biaya produksi dalam perilaku tetap dan variabel. Jadi seluruh biaya bahan baku, sumber daya manusia, dan *overhead* akan dijumlah hingga menghasilkan biaya *full costing*.

2. **Variabel Costing**

Ada pula cara perhitungan biaya produksi hanya melibatkan biaya variabel saja dengan unsur biaya produksi sama. Kondisi demikian masuk dalam teori biaya produksi adalah variabel *costing*. Namun sangat jarang perusahaan menggunakan metode tersebut karena biaya tetap tidak akan muncul nantinya.

G. CARA MENGHITUNG BIAYA PRODUKSI

Setelah mengetahui berbagai jenis biaya produksi, di bawah ini dijelaskan cara menghitung biaya produksi antara lain:

1. Tentukan Penggunaan Teori Biaya Produksi
2. Susun dan total pembelian bahan baku
3. Rincikan dan jumlahkan biaya SDM
4. Buat perhitungan biaya *overhead*
5. Jumlahkan seluruh biaya pengeluaran
6. Tetapkan harga pokok produksi setiap produk

H. RANGKUMAN MATERI

Pengertian biaya produksi dalam arti sempit adalah pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva, sedangkan dalam arti luas biaya produksi adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, yang dilakukan untuk tujuan tertentu (Ahyari, 1979). Biaya produksi juga merupakan biaya yang dipakai untuk menilai persediaan yang dicantumkan dalam laporan keuangan dan jumlahnya relatif lebih

besar daripada jenis biaya lain yang selalu terjadi berulang-ulang dalam pola yang sama secara rutin (Mas'ud, 2009)

Macam-Macam Biaya Produksi

Menurut Haryanto (2002), biaya produksi secara lebih luas dalam suatu perusahaan dapat dibedakan menjadi: 1) Biaya Tetap (Fixed Cost); 2) Biaya Variabel (Variabel Cost); 3) Biaya Total (Total Cost); 4) Biaya Rata-rata (Average Cost); 5) Biaya Marginal (Marginal Cost)

Jenis- Jenis Biaya Produksi

Secara garis besar biaya produksi perusahaan ada dua jenis biaya produksi eksplisit dan implisit. Penjelasan dua jenis biaya produksi adalah sebagai berikut: 1) Biaya Eksplisit (langsung); 2) Biaya Implisit (Tersembunyi)

Unsur Biaya Produksi

Proses produksi tidak hanya melibatkan pengolahan bahan baku saja, terdapat unsur lain yang harus diperhitungkan dalam biaya produksi. Beberapa unsur biaya produksi antara lain: 1) Biaya Bahan Baku; 2) Biaya Sumber Daya Manusia; 3) Biaya Overhead Pabrik

Teori Biaya Produksi

Teori biaya produksi adalah sebagai berikut: 1) Full Costing; 2) Variabel Costing.

TUGAS DAN EVALUASI

1. Apa yang anda ketahui tentang biaya produksi?
2. Sebutkan dan jelaskan macam-macam biaya produksi?
3. Jelaskan Unsur biaya produksi?
4. Jelaskan teori biaya produksi?
5. Jelaskan tujuan perhitungan biaya produksi?

DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad, Lincolin, 1992, Ekonomi Pembangunan, Edisi 2, Bagian Penerbitan Azwar, Saifudin, 1998, Metode Penelitian, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Badan Pusat Statistik, 2004 (berbagai tahun terbitan) Produktivitas Jagung per
- Boediono, 1999, Ekonomi Makro, BPFE, Yogyakarta.
- Charles P. Kindleberger, 1990, Pembangunan Ekonomi, Dian Rakyat, Jakarta.
- Djojodipuro, Marsudi, 1994, Pengantar Ekonomi Untuk Perencanaan, UI-Press,
- Dumairy, 1996, Perekonomian Indonesia, Erlangga, Jakarta.
- Gilarso, T. 2003. Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro. edisi revisi.
- Gujarati, Damodar, 2006, Dasar – dasar ekonometrika, Erlangga, Jakarta.
- Kadariah, 1994, Teori Ekonomi Mikro, LPFE UI, Jakarta.
- I Dan II, Edisi Bahasa Indonesia, Penerbit Prehalindo, Jakarta. Jakarta.
- Kanisius. Yogyakarta
- Meningkatkan Pendapatan Petani. Guru Besar Fakultas Pertanian. UGM.
- Nababan, C. 2009. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Petani Padi Di Kecamatan Tiga Binaga Kabupaten Karo, USU Press: Medan
- Nazir, Moh, 2005, Metode Penelitian, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Prapto Dwi, Wirajaswadi L., Murzani A. Dan Mansyur (2002), Pengembangan
- Pratomo, Wahyu dan Hidayat, Penggunaan Eviews dalam Ekonometrika, USU Press, Medan.
- Program peningkatan produktivitas padi Terpadu (P3T) untuk meningkatkan pendapatan petani Di Nusa Tenggara Barat, Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Nusa Tenggara Barat.
- Sekolah Tinggi Ekonomi YKPN, Yogyakarta.
- Sevila, G, Consuelo, 1993. Pengantar Metode Penelitian, Jakarta: UI Press.
- Sugiyono. 2005. Manajemen Analisis Perencanaan Implementasi dan Control, jilid
- Sudaryanto dan Sumaryanto, (2001), Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Petani menerapkan pola tanam Diversifikasi. (Kasus di

wilayah pesawahan irigasi Teknis Das Brantas. Pusat Analisis sosial ekonomi dan Kebijakan pertanian: Bogor.

Widodo, sri, 2002, Optimasi penerapan Teknologi pada usaha tani



EKONOMI PERTANIAN

BAB 5: PERMINTAAN DAN PENAWARAN

Helin Garlinia Yudawisastra, S.E., M.Si.

Universitas Muhammadiyah Bandung

BAB 5

PERMINTAAN DAN PENAWARAN

"Penawaran menciptakan permintaannya sendiri."

- Jean Baptiste Say

Permintaan dan penawaran merujuk pada perilaku masyarakat ketika terjadi interaksi di pasar. Sebagai suatu kelompok, para pembeli menentukan seberapa banyak permintaan barang tersebut. Pada kelompok lain para penjual menentukan berapa banyak penawaran barang tersebut. Permintaan (*demand*) dan penawaran (*supply*) merupakan perangkat dalam pasar untuk menunjukkan gambaran kekuatan pasar. Berikut ini adalah kegunaan analisis permintaan dan penawaran, yaitu

- Memahami dan memprediksi kondisi ekonomi dunia yang dapat mempengaruhi harga pasar dan produksi
- Menganalisis dampak pengendalian harga pemerintah, upah minimum, dukungan harga, dan insentif produksi
- Menganalisis pajak, subsidi, dan pembatasan impor yang mempengaruhi konsumen dan produsen

A. PERMINTAAN (*DEMAND*)

Permintaan adalah banyaknya kesatuan barang yang akan dibeli oleh pembeli pada bermacam-macam tingkat harga dalam jangka waktu tertentu dan syarat tertentu. Permintaan dapat dikatakan juga sebagai keinginan (*desire*) untuk mendapatkan barang dan jasa yang diikuti oleh kemampuan untuk membeli (*purchasing power*). Kemampuan beli seseorang erat kaitannya dengan tingkat pendapatan dan harga barang. Harga dan pendapatan mempengaruhi kemampuan membeli dan keinginan mendapatkan barang akan terealisasi. Contoh seseorang ingin

membeli mobil tetapi tidak memiliki uang sesuai harga mobil maka keinginan tersebut belum dapat dikatakan permintaan.

a. Hukum permintaan (*Law of demand*)

Fenomena dalam perekonomian akan terjadi jika harga naik maka konsumen memiliki kecenderungan mengurangi pembelian terhadap barang tersebut. Sebaliknya jika harga turun maka konsumen cenderung untuk menambah jumlah barang yang dibeli. Fenomena tersebut melahirkan suatu hukum yang dinamakan dengan Hukum Permintaan (*The Law of Demand*). Hukum Permintaan merupakan konsep yang menjelaskan bagaimana sifat-sifat hubungan antara permintaan terhadap sesuatu barang dengan harganya.

“Bila harga naik maka jumlah barang yang diminta semakin berkurang, sebaliknya bila harga turun jumlah barang yang diminta akan bertambah”.

Makna dari hukum permintaan yaitu semakin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut dan sebaliknya jika semakin tinggi harga suatu barang maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut.

$P \uparrow$ maka $Q \downarrow$

$P \downarrow$ maka $Q \uparrow$

Berdasarkan pada hal yang telah disebutkan maka fungsi permintaan hubungan variabel P (*price*) atau harga dengan variabel Q (*Quantity of demand*) atau jumlah permintaan memiliki korelasi negatif atau hubungan yang berbanding terbalik.

b. Skedule permintaan (*Demand schedule*)

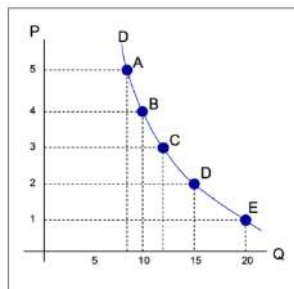
Skedul Permintaan adalah suatu tabel yang memperlihatkan hubungan antara berbagai jumlah barang yang diminta (Q_D) pada berbagai tingkat harga (P) barang dalam bentuk angka-angka. Kurva permintaan dibuat berdasarkan data mengenai jumlah permintaan suatu barang pada berbagai tingkat harga, yang disajikan dalam bentuk tabel.

Tabel 1. Skedule harga dan jumlah barang yang diminta

	Harga barang X (juta rupiah per kotak)	Jumlah barang X yang diminta (juta)
	P	Q
A	5	9
B	4	10
C	3	12
D	2	15
E	1	20

Sumber: ilustrasi penulis

Data pada tabel di atas menunjukkan bahwa makin tinggi harga barang X maka semakin sedikit jumlah barang X yang diminta. Pada harga Rp5.000.000 hanya 9 juta barang X yang diminta, sedangkan jika harga Rp1.000.000 maka sebanyak 20 juta barang X yang diminta. Berdasarkan data pada Tabel 1 tersebut maka dapat dibuat kurva permintaan seperti Gambar 1 berikut



Sumber: ilustrasi penulis

Gambar 1. Skedule harga dan jumlah barang yang diminta

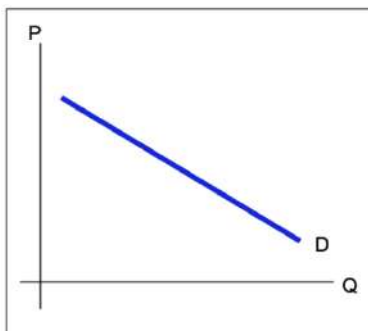
Pada Gambar 1, kurva D memiliki 5 (lima) titik yaitu A, B, C, D, dan E. Titik tersebut menggambarkan keadaan pada Tabel 1. Sebagai contoh, titik A menggambarkan bahwa pada harga barang X yaitu Rp5.000.000 dengan jumlah barang yang diminta pembeli sebanyak 9 juta. Kurva permintaan

suatu barang pada umumnya menurun dari kiri atas ke kanan bawah atau memiliki lereng negatif. Ini menunjukkan sifat hubungan terbalik antara harga dan jumlah barang yang diminta. Dengan demikian perubahan jumlah barang yang diminta sebagai akibat pengaruh perubahan harga barang itu sendiri, ditandai oleh gerakan turun atau naik di sepanjang kurva.

c. Kurva Permintaan (*Demand Curve*)

Seperti telah dijelaskan pada hukum permintaan, kurva permintaan selalu memiliki lereng negatif. Hal ini memiliki arti menurun dari kiri atas ke kanan bawah. Ini disebabkan hubungan variabel harga dengan variabel jumlah berlawanan arah, dimana bila P bertambah maka Q_D berkurang atau berlaku sebaliknya. Kurva permintaan adalah suatu kurva yang menggambarkan sifat hubungan antara harga suatu barang dan jumlah barang tersebut yang diminta oleh para pembeli. Kurva permintaan menunjukkan hubungan antara jumlah barang yang diminta (Q_d) pada berbagai tingkat harga (P) barang tersebut, dimana $Q_d = Q_d(P)$

Kurva Permintaan adalah suatu kurva atau garis yang memperlihatkan hubungan antara berbagai jumlah barang yang diminta pada berbagai tingkat harga barang tersebut. Kurva permintaan menunjukkan seberapa banyak konsumen yang baik bersedia untuk membeli karena harga per unit berubah dengan faktor-faktor non-harga konstan (Pindyck & Rubinfeld, 2014).



Sumber: ilustrasi penulis
Gambar 2. Kurva permintaan

d. Permintaan pasar (*Demand Market*)

Permintaan terhadap barang dan jasa dapat berupa permintaan individual (*Individual Demand*) dan permintaan keseluruhan pembeli yang ada di pasar. Permintaan individual adalah permintaan secara perorangan terhadap sesuatu barang pada berbagai tingkat harga. Sedangkan permintaan pasar (*market demand*) adalah penjualan dari keseluruhan permintaan individu yang ada di pasar pada berbagai tingkat harga.

Bentuk kurva permintaan pasar selalu menurun dari kiri ke kanan bawah. Hal ini disebabkan karena secara umum bila harga naik permintaan individual selalu menurun dari kiri ke kanan bawah, sehingga bila dijumlahkan keseluruhan permintaan individu-individu yang ada di pasar akan selalu menurun. Terdapat perbedaan dalam memandang suatu jenis barang, misalnya

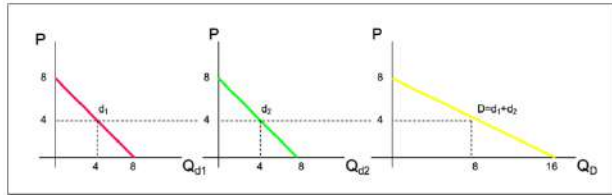
1. Bersifat inferior, misalnya singkong bagi sebagian orang tidak dipandang sebagai barang inferior.
2. Bersifat spekulasi, misalnya sebagian orang tidak memiliki ketertarikan melakukan spekulasi.
3. Bersifat prestise, misalnya barang antik meskipun punya nilai jual tinggi tapi tidak mudah masuk pasar. Oleh sebab itu, barang-barang prestise bagi sebagian besar orang dianggap tidak punya nilai guna, sehingga tidak banyak yang ingin membelinya.

Permintaan pasar dapat menunjukkan jumlah alternatif dari komoditi yang diminta per periode waktu, pada berbagai harga alternatif oleh semua individu di dalam pasar. Berikut adalah ilustrasi dari permintaan pasar.

Tabel 2. Permintaan pasar

P	Q_{d1}	Q_{d2}	Q_D
8	0	0	0
4	4	4	8
0	8	8	16

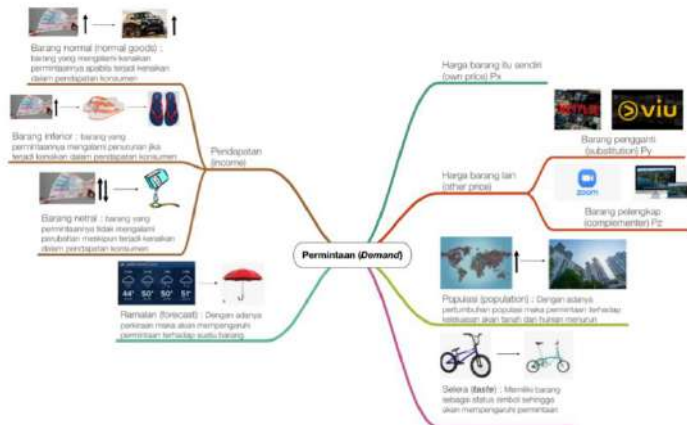
Sumber: ilustrasi penulis



Sumber: ilustrasi penulis
Gambar 3. Permintaan pasar

e. Faktor yang mempengaruhi permintaan

Keterkaitan antara pendapatan, harga dengan permintaan disebut fungsi permintaan. Fungsi permintaan adalah fungsi yang memperlihatkan keterkaitan antara variabel jumlah permintaan dengan variabel-variabel atau faktor-faktor yang mempengaruhinya. Menurut Samuelson & Nordhaus (2009) banyak faktor yang mempengaruhi permintaan terhadap sesuatu barang. Hukum permintaan hanya menekankan pengaruh harga barang itu sendiri terhadap jumlah barang yang diminta. Pada kenyataannya, permintaan suatu barang juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, seperti yang telah disebutkan di atas. Bagaimana pengaruh faktor-faktor lain tersebut, dapat dijelaskan sebagai berikut.



Sumber: elaborasi penulis
Gambar 4. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan

Dalam kondisi *ceteris paribus* faktor lain selain harga dianggap tidak berubah nilainya dalam jangka waktu yang sedang dianalisis, dengan kata lain hanya harga barang tersebut yang mempengaruhi permintaan.

f. Fungsi permintaan (*Demand Function*)

Fungsi permintaan adalah persamaan yang menunjukkan hubungan antara jumlah permintaan suatu barang dan semua faktor-faktor yang mempengaruhinya. Berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan seperti yang telah disebutkan di atas, maka dapat disusun fungsi permintaan umum, sebagai berikut:

$$Q_d = f(P_x, P_y, z, \dots)$$

Dimana:

Q_d = jumlah barang yang diminta

P_x = harga barang itu sendiri

P_y, z = harga barang-barang substitusi atau komplementer

Fungsi permintaan tersebut merupakan fungsi umum sehingga belum bisa memberikan keterangan secara spesifik seberapa besar pengaruh dari masing-masing faktor tersebut. Untuk itu perlu disusun fungsi permintaan spesifik, misalnya dalam bentuk linear sebagai berikut:

$$Q_d = \beta_0 + \beta_1 P_x + \beta_2 P_y + \beta_3 P_z + \varepsilon.$$

Dengan demikian fungsi permintaan ini dapat untuk menganalisis semua faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan secara simultan. Fungsi di atas ini tidak dapat digambar dalam diagram dua dimensi, seperti halnya kurva permintaan pada Gambar 2.

Untuk menganalisis hubungan antara jumlah barang yang diminta dan harga barang itu sendiri, maka fungsi permintaan menjadi $Q_d = f(P_x \mid P_y, z)$, di mana variabel di belakang garis tegak dianggap *ceteris paribus*. Fungsi permintaan spesifiknya dapat ditulis

$$Q_d = a - bP_x$$

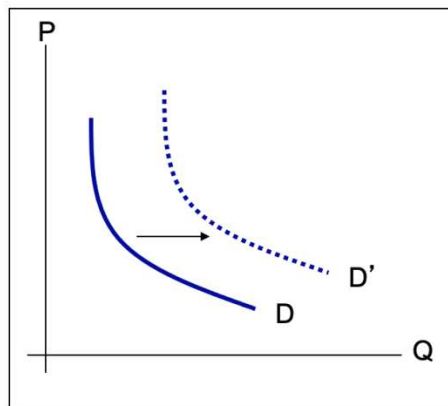
Dimana a = konstanta dan b = koefisien yang menunjukkan besar perubahan jumlah barang yang diminta yang disebabkan oleh perubahan satu satuan harga barang tersebut.

g. Perubahan kurva permintaan

Perubahan permintaan suatu barang yang dipengaruhi oleh faktor-faktor selain harga barang itu sendiri akan ditunjukkan oleh pergeseran kurve permintaan ke kiri atau ke kanan. Pergeseran ke kanan menunjukkan peningkatan jumlah sedangkan Pergeseran ke kiri menunjukkan penurunan jumlah permintaan.

1. Kenaikan jumlah permintaan

Terjadi pertambahan/kenaikan jumlah pembelian/jumlah barang yang diminta meskipun pada tingkat harga yang sama. Kenaikan jumlah barang yang diminta dikarenakan adanya salah satu faktor bukan harga itu sendiri yang mempengaruhi misalnya pendapatan naik, jumlah penduduk bertambah, selera masyarakat terhadap barang tersebut meningkat, harga barang substitusinya naik dan lain sebagainya. Sebagai contoh, jika pendapatan para pembeli meningkat sedangkan faktor-faktor lainnya tidak berubah, maka akan meningkatkan jumlah barang yang diminta yang ditandai oleh pergeseran kurva permintaan ke kanan.

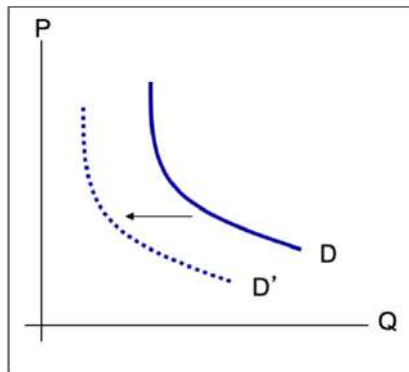


Sumber: ilustrasi penulis

Gambar 5. Pergeseran kurva permintaan karena kenaikan jumlah permintaan

2. Penurunan jumlah permintaan

Jumlah barang yang diminta berkurang meskipun pada tingkat harga yang sama. Berkurangnya jumlah permintaan dikarenakan adanya salah satu faktor bukan harga yang mempengaruhi misalnya pendapatan turun, selera masyarakat turun terhadap barang tersebut, jumlah penduduk menurun dan lain sebagainya. Jika pendapatan masyarakat menurun sedangkan faktor-faktor lainnya tidak berubah, maka jumlah barang yang diminta akan menurun yang ditandai pergeseran kurva permintaan ke kiri.



Sumber: ilustrasi penulis

Gambar 6. Pergeseran kurva permintaan karena penurunan jumlah permintaan

B. PENAWARAN (SUPPLY)

Penawaran adalah banyaknya kesatuan barang yang akan di jual oleh penjual pada macam-macam tingkat harga dalam jangka waktu tertentu dan syarat tertentu. Penawaran dapat juga dikatakan sebagai ketersediaan produk dan siap untuk ditawarkan kepada konsumen. Ketersediaan produk di pasar sangat tergantung pada berbagai hal, seperti kondisi harga pasar, baik harga produk maupun harga *input* yang digunakan untuk menghasilkan produk. Kondisi harga jual produk dan harga *input* sangat mempengaruhi motivasi pengusaha/penjual dalam menyediakan produknya di pasar.

a. Hukum penawaran (*Law of supply*)

Dalam perekonomian akan terjadi suatu fenomena jika harga naik maka produsen berkecenderungan menambah penjualan terhadap barang tersebut, dan sebaliknya jika harga turun maka produsen berkecenderungan mengurangi jumlah barang yang di jual. Fenomena tersebut melahirkan hukum penawaran. Hukum penawaran merupakan konsep yang menjelaskan bagaimana sifat-sifat hubungan antara jumlah barang yang ditawarkan sesuatu barang dengan harganya.

“Bila harga naik maka jumlah barang yang diminta semakin bertambah, sebaliknya bila harga turun jumlah barang yang diminta akan berkurang”.

Makna dari hukum penawaran tersebut yaitu bahwa semakin rendah harga suatu barang maka akan semakin rendah penawaran terhadap barang tersebut dan semakin tinggi harga suatu barang maka makin rendah penawaran terhadap barang tersebut.

$P \uparrow$ maka $Q \uparrow$

$P \downarrow$ maka $Q \downarrow$

Berdasarkan yang telah disebutkan maka dalam fungsi penawaran hubungan variabel P (*price*) atau harga dengan variabel Q (*Quantity of demand*) atau jumlah penawaran memiliki korelasi positif atau hubungan yang berbanding lurus.

b. Skedule penawaran (*Supply schedule*)

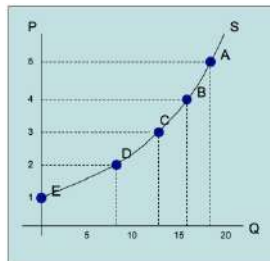
Skedul penawaran adalah suatu tabel yang memperlihatkan hubungan antara berbagai jumlah barang yang ditawarkan (Q_s) pada berbagai tingkat harga (P) barang dalam bentuk angka-angka. Kurva penawaran dibuat berdasarkan data mengenai jumlah penawaran suatu barang pada berbagai tingkat harga, yang disajikan dalam bentuk tabel.

Tabel 3. Skedule harga dan jumlah barang yang di tawarkan

	Harga barang X (juta rupiah per kotak)	Jumlah barang X yang ditawarkan (juta)
	P	Q
A	5	18
B	4	16
C	3	12
D	2	7
E	1	0

Sumber: ilustrasi penulis

Data pada tabel di atas menunjukkan bahwa makin tinggi harga barang X maka semakin banyak jumlah barang X yang diminta. Pada harga Rp5.000.000 hanya 18 juta barang X yang ditawarkan, sedangkan pada harga Rp2.000.000 maka sebanyak hanya 7 juta barang X yang ditawarkan. Berdasarkan data pada Tabel 3 tersebut maka dapat dibuat kurva permintaan seperti gambar 7 berikut



Sumber: ilustrasi penulis

Gambar 7. Skedule harga dan jumlah barang yang ditawarkan

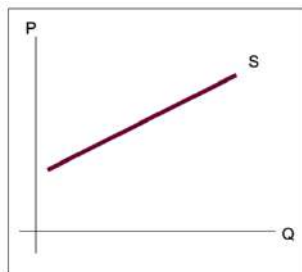
Pada Gambar 7, terdapat kurva penawaran dengan 5 (lima) titik yaitu A,B,C,D, dan E. Titik tersebut menggambarkan keadaan pada Tabel 1. Sebagai contoh, titik A menggambarkan bahwa pada harga barang X yaitu

Rp5.000.000 dengan jumlah barang yang ditawarkan sebanyak 18 juta. Kurva penawaran suatu barang pada umumnya dari bawah ke kanan atas atau memiliki lereng positif. Ini menunjukkan sifat hubungan tegak lurus antara harga dan jumlah barang yang ditawarkan. Dengan demikian perubahan jumlah barang yang ditawarkan sebagai akibat pengaruh perubahan harga barang itu sendiri, ditandai oleh gerakan turun atau naik di sepanjang kurva.

c. Kurva Penawaran (*Supply Curve*)

Kurva penawaran menunjukkan seberapa banyak produsen yang baik bersedia menjual pada harga tertentu, dengan tetap mempertahankan faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi kuantitas yang ditawarkan (Pindyck & Rubinfeld, 2014). Kurva penawaran merupakan hubungan antara jumlah barang yang ditawarkan (Q_s) pada berbagai tingkat harga barang (P) tersebut, dimana $Q_d = Q_s$. (P) Kurva penawaran adalah suatu kurva atau garis yang memperlihatkan hubungan antara berbagai jumlah barang yang ditawarkan (Q_s) terhadap suatu barang pada berbagai tingkat harga (P) barang tersebut.

Kurva penawaran selalu berlereng positif artinya meningkat dari kiri bawah ke kanan atas hal ini disebabkan hubungan variabel *price* dengan variabel *quantity* searah, dimana bila P bertambah maka Q_s bertambah atau sebaliknya. Sehingga bisa dikatakan bahwa kurva penawaran adalah kurva yang menunjukkan hubungan antara tingkat harga barang tertentu dan jumlah barang tersebut yang ditawarkan oleh penjual.



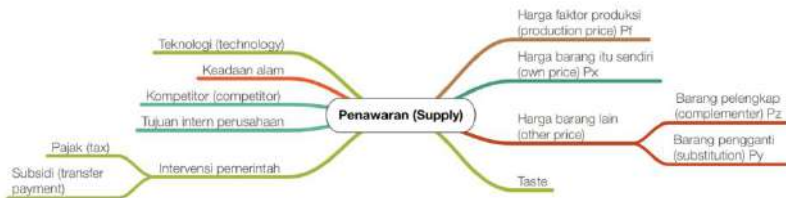
Sumber: ilustrasi penulis
Gambar 8. Kurva penawaran

d. Penawaran pasar (*Supply Market*)

Penawaran terhadap barang dan jasa dapat berupa penawaran individu dan berupa penawaran keseluruhan pembeli yang ada di pasar. Penawaran individual (*individual supply*) adalah penawaran secara perorangan terhadap sesuatu barang dan berbagai tingkat harga. Sedangkan penawaran pasar (*market supply*) adalah penjumlahan dari keseluruhan penawaran individu yang ada di pasar berbagai tingkat harga. Kurva penawaran baik yang bersifat individual maupun secara keseluruhan (*Market Supply*) merupakan kurva yang naik dari kiri bawah ke kanan atas.

e. Faktor yang mempengaruhi penawaran

Seperti halnya permintaan, penawaran ditentukan oleh variabel penentu penawaran non harga seperti biaya tenaga kerja, modal, dan bahan baku. Bagaimana pengaruh faktor-faktor lain tersebut, dapat dijelaskan sebagai berikut.



Sumber: elaborasi penulis

Gambar 9. Faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran

f. Fungsi penawaran (*Supply Function*)

Fungsi penawaran merupakan persamaan yang menunjukkan hubungan antara jumlah barang yang ditawarkan oleh penjual dan semua faktor yang mempengaruhinya. Fungsi penawaran secara umum ditulis

$$Q_s = f(P_x, P_y, z, \dots)$$

Dimana

Q_s = jumlah barang yang ditawarkan

P_x = harga barang itu sendiri

P_y, z = harga barang-barang lain

Fungsi ini dapat untuk menganalisis pengaruh semua faktor tersebut secara bersama-sama sekaligus, tentu dengan perhitungan yang lebih rumit. Untuk memudahkan perhitungan, umumnya dilakukan analisis secara parsial dimana dilakukan analisis satu demi satu dengan menganggap faktor-faktor lain ceteris paribus. Fungsi penawaran parsial ditulis sebagai $Q_s = f(P_x | P_y, z)$ di mana faktor-faktor yang di belakang garis tegak adalah ceteris paribus. Dari persamaan umum ini dapat dibuat fungsi penawaran spesifik, yaitu:

$$Q_s = -a + b P_x$$

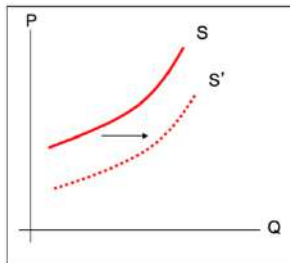
Dimana a = konstanta dan b = koefisien perubahan, Q_s = jumlah barang yang ditawarkan dan P_x = harga barang itu sendiri.

g. Perubahan kurva penawaran

Perubahan kurva penawaran menunjukkan perubahan kuantitas yang ditawarkan ditunjukkan oleh pergerakan sepanjang kurva penawaran dan disebabkan oleh perubahan harga produk. Perubahan permintaan suatu barang yang dipengaruhi oleh faktor-faktor selain harga barang itu sendiri akan ditunjukkan oleh pergeseran kurva penawaran ke kiri atau ke kanan. Pergeseran ke kanan menunjukkan peningkatan jumlah penawaran sedangkan pergeseran ke kiri menunjukkan penurunan jumlah penawaran.

1. Kenaikan penawaran

Penambahan/ kenaikan jumlah barang yang ditawarkan meskipun pada tingkat harga yang sama, kenaikan jumlah barang yang ditawarkan karena ada salah satu faktor bukan harga yang mempengaruhi, misalnya biaya produksi bertambah murah (harga bahan baku menurun, subsidi dari pemerintah, dsb) serta teknologi di bidang produksi meningkat.

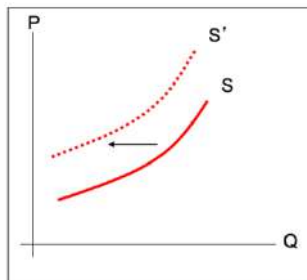


Sumber: ilustrasi penulis

Gambar 10. Pergeseran kurva penawaran karena kenaikan jumlah penawaran

2. Penurunan penawaran

Jumlah barang yang ditawarkan berkurang meskipun pada tingkat harga yang sama. Berkurangnya jumlah barang yang di tawarkan dikarenakan adanya salah satu faktor bukan harga yang mempengaruhi sehingga kurva penawaran akan bergeser ke kiri. Misalnya biaya produksi naik dapat disebabkan pemerintah mengenakan pajak, pencabutan subsidi, harga BBM meningkat, harga bahan baku meningkat, upah tenaga kerja meningkat, kurs rupiah melemah sehingga bahan baku import naik, adanya barang substitusi (produk baru yang harganya lebih murah) dan lain sebagainya.



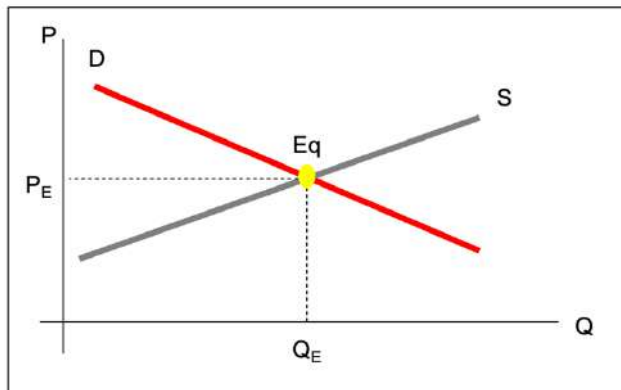
Sumber: ilustrasi penulis

Gambar 11. Pergeseran kurva penawaran karena penurunan jumlah penawaran

C. KESEIMBANGAN (EQUILIBRIUM)

Keseimbangan permintaan dan penawaran adalah kondisi pasar yang cenderung bertahan. Hal ini terjadi apabila jumlah komoditi yang diminta sama dengan jumlah yang ditawarkan di pasar. Penawaran dan permintaan berinteraksi untuk menentukan harga kliring pasar. Harga keseimbangan ditentukan oleh tingkat faktor penawaran dan permintaan. Keseimbangan juga dapat dikatakan sebagai suatu kondisi pasar yang menunjukkan pada tingkat harga tertentu, jumlah barang yang di minta sama dengan jumlah barang yang ditawarkan. Penentuan keseimbangan pasar (*market equilibrium*) berguna untuk menganalisis mekanisme penentuan atau pembentukan harga keseimbangan (*equilibrium price*) dan jumlah barang yang diperjualbelikan di pasar. Terbentuknya harga di pasar merupakan hasil interaksi dari kekuatan faktor menarik antara permintaan dan penawaran.

Oleh karenanya, analisis penentuan harga dan jumlah barang yang diperjualbelikan di suatu pasar, berdasarkan analisis permintaan dan penawaran barang tersebut secara serentak. Harga pasar atau harga keseimbangan adalah tingkat harga di mana jumlah barang yang ditawarkan oleh para penjual sama dengan jumlah barang yang diminta oleh para pembeli. Pada kondisi demikian dikatakan bahwa pasar dalam keadaan keseimbangan atau ekuilibrium.



Sumber: ilustrasi penulis
Gambar 12. Titik keseimbangan

a. Penentuan harga dan jumlah barang dalam keseimbangan

Penentuan harga dan jumlah barang yang diperjualbelikan dalam keadaan keseimbangan dapat dilakukan melalui cara, yaitu (1) secara angka-angka dalam bentuk tabel, (2) secara grafis dan (3) secara perhitungan matematis. Berikut ini dijelaskan masing-masing cara menentukan keseimbangan permintaan dan penawaran.

1) Angka-angka dalam bentuk tabel

Keadaan keseimbangan pasar dapat dilihat sebagai berikut:

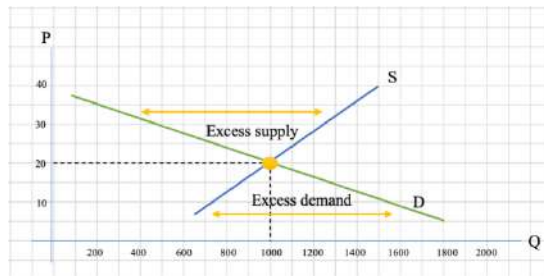
Tabel 3. Hubungan harga dengan kuantitas permintaan dan penawaran

P	Q_D	Q_S	Sifat-sifat Interaksi
0	2000	500	<i>Excess Demand</i>
10	1500	750	
20	1000	1000	<i>Equilibrium</i>
30	500	1250	<i>Excess Supply</i>
40	0	1500	

Sumber: ilustrasi penulis

2) Grafis

Keseimbangan pasar dapat juga ditentukan melalui analisis grafis seperti berikut ini. Grafik keseimbangan pasar berikut ini dibuat berdasarkan angka-angka Tabel 3.



Sumber: ilustrasi penulis

3) Perhitungan matematis

Syarat keseimbangan pasar dimana kuantitas permintaan sama dengan kuantitas penawaran.

$$Q_D = Q_S$$

$Q_D = f(P) \rightarrow$ Fungsi permintaan dan $Q_S = f(P) \rightarrow$ Fungsi penawaran

Contoh:

Diketahui fungsi permintaan pasar $Q_D = 2000 - 50P$ dan fungsi penawaran pasar $Q_S = 500 + 25P$. Maka untuk menentukan harga dan kuantitas *equilibrium* adalah

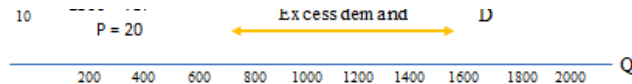
Jawab:

$$Q_D = Q_S$$

$$2000 - 50P = 500 + 25P$$

$$2000 - 500 = 25P + 50P$$

$$1500 = 75P$$



Harga keseimbangan $P_E = 20$. Substitusikan nilai P pada salah satu fungsi permintaan atau fungsi penawaran sebagai berikut

Jika disubstitusikan pada fungsi permintaan

$$Q_D = 2000 - 50P$$

$$Q_D = 2000 - (50 \times 20)$$

$$Q_D = 1000 \text{ unit}$$

Jika disubstitusikan pada fungsi penawaran

$$Q_S = 500 + 25P$$

$$Q_S = 500 + (25 \times 20)$$

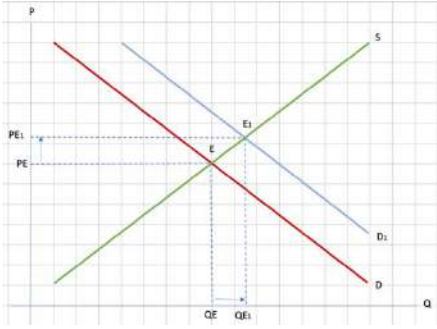
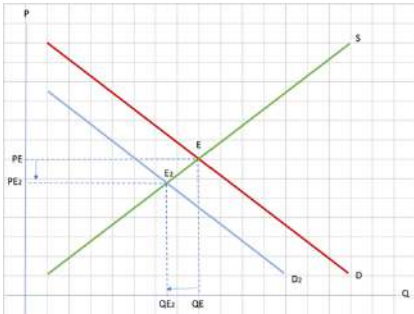
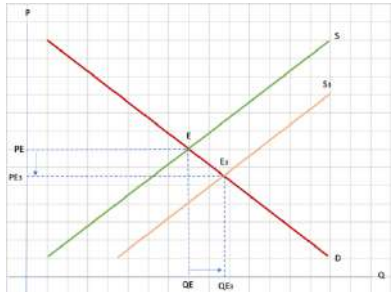
$$Q_S = 1000 \text{ unit}$$

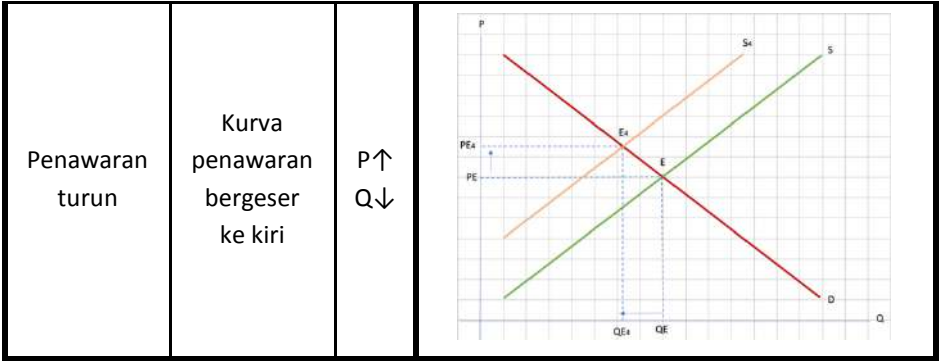
Jadi keseimbangan terjadi saat $P_E = 20$ dan $Q_E = 1000 \text{ unit}$

b. Perubahan dalam keseimbangan Pasar

Perubahan salah satu atau kombinasi dari variabel-variabel ini dapat menyebabkan perubahan harga dan atau kuantitas keseimbangan. Ciri-ciri harga ekuilibrium atau harga kliring pasar dimana $Q_D = Q_S$, dimana tidak ada kekurangan (*shortage*), tidak ada kelebihan pasokan (surplus) dan tidak ada tekanan pada harga untuk berubah. Di atas telah dijelaskan bahwa pengaruh faktor-faktor selain harga itu sendiri terhadap permintaan dan penawaran ditunjukkan oleh pergeseran kurve permintaan dan penawaran ke kiri atau ke kanan. Perubahan faktor-faktor tersebut akan mempengaruhi keadaan keseimbangan pasar. Terdapat 4 (empat) kemungkinan pergeseran kurva permintaan dan penawaran serta dampaknya terhadap harga dan kuantitas.

Tabel 4. Perubahan keseimbangan dan dampaknya

Pergeseran kurva permintaan		Dampak terhadap harga dan kuantitas	
Permintaan naik	Kurva permintaan bergeser ke kanan	$P \uparrow$ $Q \uparrow$	
Permintaan turun	Kurva permintaan bergeser ke kiri	$P \downarrow$ $Q \downarrow$	
Pergeseran kurva penawaran		Dampak terhadap harga dan kuantitas	
Penawaran naik	Kurva penawaran bergeser ke kanan	$P \downarrow$ $Q \uparrow$	

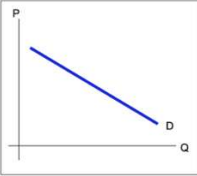
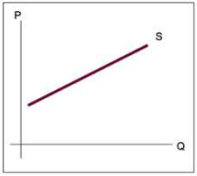
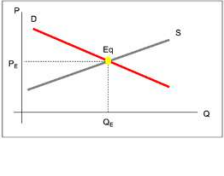


Sumber: elaborasi penulis

D. RANGKUMAN MATERI

Berikut ini adalah rangkuman dari materi pada sub bahasan Permintaan dan Penawaran

	Permintaan	Penawaran	Keseimbangan
Definisi	Permintaan adalah banyaknya kesatuan barang yang akan dibeli oleh pembeli pada bermacam-macam tingkat harga dalam jangka waktu tertentu dan syarat tertentu.	Penawaran adalah banyaknya kesatuan barang yang akan di jual oleh penjual pada macam-macam tingkat harga dalam jangka waktu tertentu dan syarat tertentu.	Keseimbangan permintaan dan penawaran adalah kondisi pasar yang cenderung bertahan.

Hukum	Bila harga naik maka jumlah barang yang diminta semakin berkurang, sebaliknya bila harga turun jumlah barang yang diminta akan bertambah	Bila harga naik maka jumlah barang yang diminta semakin bertambah, sebaliknya bila harga turun jumlah barang yang diminta akan berkurang	
Persamaan	$Q_d = a - bP_x$	$Q_s = -a + bP_x$	$Q_d = Q_s$
Hubungan P dan Q	Berbanding terbalik	Berbanding lurus	
Kurva			

TUGAS DAN EVALUASI

- Dalam pasar komoditas x diketahui fungsi permintaan adalah $Q_{dx}=12-2P_x$ dan fungsi penawaran adalah $Q_{sx}= -6+20P_x$.
 - Buat skedul permintaan pasar dan skedul penawaran pasar untuk komoditi x dan carilah titik *equilibrium*
 - Gambarkan kurva permintaan pasar dan kurva penawaran pasar untuk komoditas x dan tunjukkan titik *equilibriumnya*
 - Secara matematis, carilah harga dan kuantitas saat *equilibrium*
- Jelaskan faktor-faktor apakah yang mempengaruhi permintaan?
- Jelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran?
- Apa yang dimaksud dengan keseimbangan pasar? Serta apa yang dimaksud *excess demand* dan *excess supply*, jelaskan dan gambarkan!
- Jika diketahui fungsi permintaan pasar dan penawaran pasar terhadap barang "Y" dinyatakan dalam bentuk $Q_D = 400 - 20P$ dan $Q_S = 1000 + 10P$ tentukan:

- a. Harga dan kuantitas yang diperjualbelikan di pasar
- b. Gambarkan grafik keseimbangan pasar tersebut
- c. Jika harga naik menjadi 150, kondisi apa yang terjadi di pasar (*excess demand* atau *excess supply*), berapa *excess* nya?
- d. Tunjukkan *excess*nya pada grafik!

DAFTAR PUSTAKA

- Mankiw, N. G. (2020). *Principles of economics*. Cengage Learning.
- Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2014). *Micro economics*. Pearson Education
- Samuelson, P., & Nordhaus, W. (2009). *EBOOK: Economics*. McGraw Hill
- Sukirno, S. (2021). *Pengantar teori mikroekonomi*



EKONOMI PERTANIAN

BAB 6: PEMASARAN KOMODITI PERTANIAN

Dr. Zainal Abidin, S.P., M.Si.

Universitas Ichsan Gorontalo

BAB 6

PEMASARAN KOMODITI PERTANIAN

A. PENDAHULUAN

Dalam bab 7 telah dijelaskan secara umum tentang pasar dan pemasaran komoditi pertanian, pengembangan pemasaran pertanian, ruang lingkup kajian disiplin ilmunya, Lembaga dan saluran pemasaran, fungsi serta kegunaan pemasaran pertanian. Selanjutnya bagaimana sistem pemasaran dan pendekatan sistem sampai terbentuknya pemasaran komoditas pertanian. Dan pada akhir bab ini juga dilakukan pembahasan terkait *marketing* 3.0 dan 4.0 menurut pandangan Kartajaya dan Setiawan yang tertuang dalam Buku *Marketing* 4.0.

B. PEMASARAN

1. Komoditas Pertanian

a. Pasar

Istilah pasar mengandung pengertian yang beraneka ragam yang mendefinisikan sebagai tempat pertemuan antara penjual pembeli, barang atau jasa yang ditawarkan untuk dijual, terjadinya perpindahan kepemilikan. Pengertian pasar adalah salah satu dari berbagai sistem, institusi, prosedur, hubungan sosial dan infrastruktur tempat usaha menjual barang, jasa, dan tenaga kerja untuk orang-orang dengan imbalan uang. Sementara para pengusaha sering mengaitkan pasar dengan pengelompokan pelanggan sehingga dikenal berbagai jenis pasar. Menurut Said dan Intan (2001), definisi pasar sebagai tempat terjadinya penawaran dan permintaan, transaksi, tawar-menawar nilai (harga) melalui suatu kesepakatan antara penjual dan pembeli. Kesepakatan tersebut dapat berupa kesepakatan harga, cara pembayaran, cara pengiriman, tempat pengambilan atau penerimaan produk, jenis dan jumlah produk.

Pengertian tersebut masih bersifat umum dan biasa jika ditinjau dari sudut pandang ekonomika. Pengertian yang lebih spesifik dan dari sudut pandang ahli ekonomi yaitu pasar adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual-beli produk barang dan atau jasa. Transaksi jual-beli yang terjadi tidak selalu memerlukan lokasi fisik. Pasar yang dimaksud bisa merujuk kepada suatu negara tempat suatu barang dijual dan dipasarkan. Menurut Beierlein dan Michael (1991: 329), *market is a group or potential consumers with similar un met needs and purchasing power* (pasar adalah suatu kelompok atau konsumen potensial dengan mempertemukan antara kebutuhan dan kemampuan membeli). Menurut Tjiptono (2001: 59) pasar dalam pengertian pemasaran terdiri atas semua pelanggan potensial yang memiliki kebutuhan atau keinginan tertentu yang mungkin bersedia dan sanggup untuk melibatkan diri dalam proses pertukaran guna memuaskan kebutuhan atau keinginan tersebut. Dengan demikian, besarnya pasar tergantung pada jumlah orang yang memiliki kebutuhan, mempunyai sumber daya yang diminati orang atau pihak lain, serta bersedia menawarkan sumber daya tersebut untuk ditukar supaya dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka:

Struktur pasar adalah informasi tentang perilaku usaha dan kinerja pasar yang dijelaskan melalui keadaan pasar. (Aminursita dan Abdullah 2018, hlm. 41). Jenis struktur pasar dapat diketahui melalui konsentrasi pasar. (Revida dan Septiarini 2017, hlm. 370). Struktur pasar umumnya dibedakan menjadi struktur pasar persaingan sempurna dan struktur pasar persaingan tidak sempurna. (Revida dan Septiarini 2017, hlm. 369). Struktur pasar persaingan tidak sempurna dibagi menjadi tiga macam yaitu struktur pasar monopoli, persaingan monopolistik, dan oligopoli. [Lusiana 2012, hlm. 104] Empat jenis struktur pasar tersebut didasarkan pada karakteristik pasar yang meliputi jumlah dan ukuran distribusi para pembeli dan penjual, hambatan masuk, serta tingkat diferensiasi produk (Nugroho, L.S.W., dan Susilo, Y.S. (2007).

Unsur dasar sebagai penyusun struktur pasar yang terpenting adalah jumlah dan ukuran relatif penjual dan pembeli, derajat perbedaan produk dan derajat kualitas pembeli dan penjual masuk dan keluar sistem. Dalam teori ekonomi sering dijumpai istilah pasar persaingan sempurna, pasar persaingan monopolistik, pasar persaingan oligopoli, dan pasar monopoli

yang dilakukan oleh penjual atau produsen. Masing-masing jenis pasar tersebut mempunyai ciri atau karakteristik masing-masing.

Pasar persaingan sempurna (*perfect competition market*) memiliki jumlah pedagang dan penjual yang sangat banyak, informasi yang diberikan sempurna, dan memiliki mobilitas terhadap sumber daya (Lihan, Irham (Juni 2014). Struktur pasar persaingan sempurna yang membebaskan peserta pasar untuk masuk dan keluar pasar serta memiliki keterbukaan informasi tentang kekuatan pasar dan barang dagangan.

Pasar persaingan monopolistik (*monopolistic competition market*) mempunyai ciri seperti lebih dari satu penjual/ produsen; merupakan perusahaan besar/ kombinasi dari perusahaan dan beberapa perusahaan kecil sebagai penjual; perusahaan besar mempunyai pengaruh lebih besar atas suplai dan harga pasar; bentuk antara pasar persaingan murni dan pasar monopoli murni. Pasar persaingan murni adalah sejumlah besar penjual barang tertentu, tetapi di antaranya ada penjual yang dapat mempengaruhi penjualan dari setiap penjual lainnya hingga timbul suatu reaksi dan pasar monopoli murni adalah perusahaan/ penjual menghasilkan suatu barang yang cukup diferensiasi dalam alam pikiran para konsumen terhadap barang-barang substitusi dekat.

Pasar monopoli (*monopoly market*) hanya memiliki pengusaha tunggal dalam pasar dan tanpa pesaing. Pasar dengan struktur ini memiliki barang substitusi yang tidak sempurna. Pada struktur ini, hanya ada satu perusahaan tetapi memungkinkan jumlah penjual produk lebih dari satu tanpa adanya komoditas pengganti. Selain itu tidak ada keleluasaan untuk memasuki pasar dan penggunaan iklan tidak diperlukan (Lusiana 2012, hlm. 105). Struktur pasar monopoli dapat terbentuk karena beberapa hal. Pertama, adanya penguasaan bahan mentah yang potensial dan strategis serta teknik produksi yang unggul oleh produsen. Kedua, hak penjualan hanya dimiliki oleh produsen tunggal dan telah memperoleh izin khusus dari pemerintah untuk menetapkan kebijakan perdagangan. Ketiga, keterbatasan pasar dan distribusi produk. Terakhir, adanya pembatasan harga dengan investasi awal yang sangat besar [Lusiana 2012, hlm. 105-106].

Pasar persaingan oligopoli (*oligopoly competition market*) jumlah penjual dengan barang substitusi sangat sedikit. Kurva permintaan yang berlaku memiliki elastisitas silang yang tinggi. Jumlah perusahaan dalam pasar yang sedikit membuat struktur pasar ini tidak memberikan keleluasaan untuk memasuki pasar. Selain itu, penetapan harga harus disepakati bersama oleh setiap perusahaan yang ada di dalam pasar (Zaini, Ahmad Afan 2014).

Pasar monopsoni (*monopoly market*) yaitu jika terdapat seorang, atau sebuah badan pembeli untuk komoditas tertentu sehingga (dapat mempengaruhi harga komoditas tersebut. Sementara itu, duopoly (*duopsony market*) yaitu kebalikan dari pasar duopoli, yaitu hanya terdapat dua pembeli komoditas tertentu.

b. Pasar Komoditas Pertanian

Pengertian pasar yang sering disarankan oleh para ahli ekonomi adalah sekumpulan pembeli dan penjual yang melakukan transaksi atas sejumlah produk atau kelas produk tertentu. Pasar juga dapat diartikan sebagai tempat terjadinya penawaran dan permintaan, transaksi, tawar-menawar nilai (harga), dan atau terjadinya pemindahan kepemilikan melalui kesepakatan harga, cara pembayaran, cara pengiriman tempat pengambilan atau penerimaan produk, jenis dan jumlah produk, spesifikasi serta mutu produk. Menurut Said dan Intan (2004: 16), pasar pertanian merupakan tempat di mana terdapat transaksi antara kekuatan penawaran dan 'permintaan' produk pertanian, terjadi tawar-menawar nilai produk terjadi pemindahan kepemilikan; dan terjadi kesepakatan-kesepakatan yang berhubungan dengan pemindahan kepemilikan.

Pasar komoditas pertanian merupakan tempat bertemunya permintaan (*demand*) dan penawaran (*supply*) dalam *bargaining* antara petani sebagai penjual dan pembeli sebagai konsumen atau perantara (tengkulak, pengumpul, pedagang besar, dan pengecer) sehingga terjadi perpindahan kepemilikan.

2. Pemasaran Komoditas Pertanian

a. Pemasaran

Istilah pemasaran dalam bahasa Inggris dikenal dengan nama *marketing*. Asal kata pemasaran adalah pasar (*market*): Yang dipasarkan ialah barang dan jasa. Memasarkan barang tidak berarti hanya menawarkan barang atau menjual barang, tetapi lebih luas dari itu. Di dalamnya tercakup berbagai kegiatan seperti membeli; menjual, dengan segala macam barang, menyangkut barang, menyimpan, menyortir, dan sebagainya. Pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan pada usaha memuaskan keinginan dan kebutuhan melalui proses pertukaran (Radiosunu, 1983: 2). Menurut Beietlein dan Michael (1991: 829), *Marketing, all those business activities that help satisfy counsumer needs by coordinating the flowqfgoods and service from producers to consumer or users* (pemasaran, semua kegiatan yang membantu memuaskan kebutuhan konsumen dengan mengkoordinasi aliran barang dan jasa ke konsumen atau pengguna). Selanjutnya; menurut Downey dan Steven (1992: 506), pemasaran adalah telaah mengenai aliran produk dari produsen melalui pedagang perantara kepada konsumen.

Menurut Kotler (1997) pemasaran adalah suatu proses dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan yang bernilai dengan pihak lain. Definisi pemasaran ini pada konsep intinya adalah kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*), dan permintaan (*demands*); produk (barang, jasa, dan gagasan); nilai, biaya, dan kepuasan; pertukaran dan transaksi; hubungan dan jaringan; pasar; serta pemasar. Kemudian menurut Kotler (2009), *marketing is a societal process by which individuals and groups obtain what they need and want through creating, offering, and freely exchanging products and services of value with other* (pemasaran adalah suatu proses sosial dengan individu dan kelompok dengan kebutuhan dan keinginan dalam menciptakan, penawaran, dan perubahan nilai barang dan jasa secara bebas dengan lainnya).

b. Pemasaran komoditas pertanian

Pemasaran pertanian mencakup layanan yang terlibat dalam memindahkan produk pertanian dari pertanian ke konsumen. Layanan ini melibatkan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan penanganan hasil pertanian sedemikian rupa untuk memuaskan petani, perantara dan konsumen. Banyak kegiatan yang saling berhubungan terlibat dalam melakukan hal ini, seperti perencanaan produksi, pertumbuhan dan panen, penilaian, pengepakan dan pengemasan, transportasi, penyimpanan, agro dan pengolahan makanan, penyediaan informasi pasar, distribusi, iklan dan penjualan. Secara efektif, istilah ini mencakup seluruh rangkaian operasi rantai pasokan untuk produk pertanian, baik yang dilakukan melalui penjualan ad hoc atau melalui rantai yang lebih terintegrasi, seperti yang melibatkan pertanian kontrak. Pemasaran pertanian adalah proses aliran komoditas yang disertai perpindahan hak milik dan penciptaan guna waktu (*time utility*), guna tempat (*place utility*), dan guna bentuk (*form utility*) yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran dengan melaksanakan salah satu atau lebih fungsi-fungsi pemasaran (Sudiyono, 2002). Menurut Said dan Intan (2004), pemasaran pertanian merupakan sejumlah kegiatan bisnis yang ditujukan untuk memberi kepuasan dari barang dan jasa yang dipertukarkan kepada konsumen atau pemakai dalam bidang pertanian, baik *input* maupun produk pertanian.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa pemasaran komoditas pertanian merupakan kegiatan atau proses pengaliran komoditas: pertanian dari produsen (petani, peternak, dan nelayan) sampai ke konsumen atau pedagang perantara (tengkulak, pengumpul, pedagang besar, dan pengecer) berdasarkan pendekatan sistem pemasaran (*marketing system approach*), kegunaan pemasaran (*marketing utility*), dan fungsi-fungsi pemasaran (*marketing functions*).

Menurut Sudiyono (2002:13). Pemasaran pertanian merupakan disiplin ilmu yang berdiri sendiri. Bateman (1976) dalam artikel yang berjudul "*Agricultural marketing: a review of the literature of marketing and of selected application*" (pemasaran pertanian: sebuah tinjauan literatur teori pemasaran dan aplikasi terpilih) mengemukakan 7 (tujuh) alasan untuk menjawab pernyataan tersebut.

Pertama, pemasaran pertanian dikembangkan pertama kali dengan menitikberatkan kebijakan melalui campur tangan (*interuention*) pemerintah; kedua, adanya alasan-alasan nyata bahwa mahasiswa mempelajari pemasaran pertanian karena tertarik terhadap persoalan-persoalan petani yang relatif kecil mendapat perhatian; ketiga, konsentrasi perhatian pemasaran pertanian terhadap bahan pangan yang merupakan salah satu bidang telaah pemasaran; keempat, pemasaran sebagai subjek: bisnis dibagi dalam beberapa spesialisasi, seperti pemasaran konsumen, pemasaran industri; dan pemasaran internasional: Pemasaran pertanian sebagai subjek bisnis sangat sulit dibagi menjadi sub-sub divisi seperti di atas sebab pembagian pemasaran pertanian ke pemasaran konsumen dan pemasaran industri sangat tidak beralasan sama sekali; kelima, pengambilan keputusan pemasaran secara optimal oleh suatu Perusahaan sangat tergantung lingkungan pasar, yaitu kegiatan perusahaan lain. Salah satu aspek lingkungan pasar adalah kebijakan politik. Kebijakan pertanian akan mengalami tumpang tindih jika dipisahkan dengan pemasaran pada umumnya; keenam, pemasaran pertanian menyangkut segala sesuatu yang terjadi antara pintu gerbang petani (*farm gate*) sampai ke konsumen; termasuk pengolahan bahan makanan; ketujuh dalam konteks ekonomi pemerintah mempunyai dua fungsi pokok, pertama memproduksi dan menawarkan barang-barang dan jasa sendiri, dan kedua bertindak sebagai pengatur (*regulator*) agar tercapai efisiensi ekonomi jika barang atau jasa diproduksi oleh pihak swasta. Jika kedua peran pemerintah tersebut lebih banyak berorientasi bisnis, akan dihadapkan masalah-masalah untuk bagaimana mempertemukan "apa yang diinginkan konsumen" dan "apa yang diproduksi" yang meliputi perencanaan, promosi, distribusi, dan penetapan harga.

C. PENGEMBANGAN PEMASARAN PERTANIAN

Pemasaran pertanian, khususnya di negara-negara berkembang, cenderung berkonsentrasi pada sejumlah bidang, khususnya pembangunan infrastruktur; penyediaan informasi; pelatihan petani dan pedagang di masalah pemasaran dan pascapanen; dan dukungan terhadap pengembangan lingkungan kebijakan yang tepat. Di masa lalu, upaya dilakukan untuk mengembangkan badan pemasaran yang dikelola

pemerintah tetapi ini cenderung menjadi kurang menonjol selama bertahun-tahun.

a. Infrastruktur Pasar Pertanian

Infrastruktur pemasaran yang efisien seperti pasar grosir, ritel dan perakitan dan fasilitas penyimpanan sangat penting untuk pemasaran yang hemat biaya, untuk meminimalkan kerugian pasca panen dan untuk mengurangi risiko kesehatan. Pasar memainkan peran penting dalam pembangunan pedesaan, menghasilkan pendapatan, ketahanan pangan, dan mengembangkan hubungan pasar pedesaan. Pengalaman menunjukkan bahwa perencana perlu menyadari bagaimana merancang pasar yang memenuhi kebutuhan sosial dan ekonomi masyarakat dan bagaimana memilih situs yang cocok untuk pasar baru. Dalam banyak kasus, situs dipilih yang tidak pantas dan mengakibatkan kurang digunakan atau bahkan tidak menggunakan infrastruktur yang dibangun. Hal ini juga tidak cukup hanya untuk membangun pasar: perhatian perlu diberikan pada bagaimana pasar itu akan dikelola, dioperasikan dan dipelihara, Tracey-White, John (2003) and Marocchino, Cecilia (2009).

Pasar pedesaan terletak di daerah produksi dan terutama berfungsi sebagai tempat petani dapat bertemu dengan pedagang untuk menjual produk mereka. Sistem pemasaran ritel telah berkembang secara luas dari pasar jalanan tradisional hingga *hypermarket* modern atau pusat perbelanjaan luar kota. Didalam pasar, aturan kebersihan dan kegiatan pengumpulan pendapatan harus ditegakkan. Namun, yang sama pentingnya adalah pemeliharaan ketertiban di luar pasar. Pedagang berlisensi di pasar tidak akan mau bekerja sama dalam meningkatkan standar jika mereka menghadapi persaingan dari operator yang tidak berlisensi di luar yang tidak membayar biaya apa pun yang terlibat dalam menyediakan layanan yang tepat (*Inside a market, both hygiene rules and revenue collection activities have to be enforced. Of equal importance, however, is the maintenance of order outside the market. Licensed traders in a market will not be willing to cooperate in raising standards if they face competition from unlicensed operators outside who do not pay any of the costs involved in providing a proper service*) Tracey-White, J (1995).

b. Informasi Pasar

Informasi pasar yang efisien memiliki manfaat positif bagi petani dan pedagang. Informasi terkini tentang harga dan faktor pasar lainnya memungkinkan petani untuk bernegosiasi dengan pedagang dan juga memfasilitasi distribusi spasial produk dari daerah pedesaan ke kota-kota dan antar pasar. Sebagian besar pemerintah di negara-negara berkembang telah mencoba untuk memberikan layanan informasi pasar kepada petani, tetapi ini cenderung mengalami masalah keberlanjutan.

Teknologi komunikasi modern membuka kemungkinan bagi layanan informasi pasar untuk meningkatkan pengiriman informasi melalui SMS di ponsel dan pertumbuhan stasiun radio FM yang cepat di banyak negara berkembang menawarkan kemungkinan layanan informasi yang lebih terlokalisasi. Dalam jangka panjang, internet dapat menjadi cara yang efektif untuk memberikan informasi kepada petani. Namun, masalah yang terkait dengan biaya dan akurasi pengumpulan data masih harus ditangani. Bahkan ketika mereka memiliki akses ke informasi pasar, petani sering membutuhkan bantuan dalam menafsirkan informasi itu. Misalnya, harga pasar yang dikutip di radio dapat merujuk pada harga jual grosir dan petani mungkin mengalami kesulitan dalam menerjemahkan ini menjadi harga yang realistis di pasar perakitan lokal mereka. Hal inilah yang dilakukan pemerintah untuk memilisi biaya untuk memperoleh keuntungan maksimal melalui informasi.

c. Pelatihan Pemasaran

Petani sering menganggap pemasaran sebagai masalah utama mereka. Namun, sementara mereka dapat mengidentifikasi masalah seperti harga yang buruk, kurangnya transportasi dan kerugian pascapanen yang tinggi, mereka sering kurang dilengkapi untuk mengidentifikasi solusi potensial. Pemasaran yang sukses membutuhkan belajar keterampilan baru, teknik baru dan cara-cara baru untuk mendapatkan informasi. *Successful marketing requires learning new skills, new techniques and new ways of obtaining information. Extension officers working with ministries of agriculture or NGOs are often well-trained in agricultural production techniques but usually lack knowledge of marketing or post-harvest handling* Dixie, Grahame (2007). Penyuluh yang bekerja dengan

kementerian pertanian atau LSM sering terlatih dalam teknik produksi pertanian tetapi biasanya tidak memiliki pengetahuan tentang pemasaran atau penanganan pascapanen.

d. Keaktifan Lingkungan Pemasaran

Pemasaran pertanian perlu dilakukan dalam kebijakan yang mendukung, hukum, kelembagaan, makro-ekonomi, infrastruktur dan lingkungan birokrasi. Pedagang dan lainnya umumnya enggan melakukan investasi dalam iklim kebijakan yang tidak pasti, seperti yang membatasi impor dan ekspor atau pergerakan produk internal. Bisnis mengalami kesulitan berfungsi ketika aktivitas perdagangan mereka terhambat oleh birokrasi yang berlebihan. Hukum yang tidak tepat dapat mendistorsi dan mengurangi efisiensi pasar, meningkatkan biaya melakukan bisnis dan menghambat pengembangan sektor swasta yang kompetitif. Lembaga pendukung yang buruk, seperti layanan penyuluh pertanian, kebijakan yang mengoperasikan pasar secara tidak efisien dan badan promosi ekspor yang tidak memadai, dapat merusak sistem lingkungan pemasaran. Jalan yang buruk meningkatkan biaya melakukan bisnis, mengurangi pembayaran kepada petani dan meningkatkan harga kepada konsumen.

e. Dukungan Pemasaran Pertanian

Sebagian besar pemerintah pada tahap tertentu telah melakukan upaya untuk mempromosikan peningkatan pemasaran pertanian. Di Amerika Serikat, *Agricultural Marketing Service* (AMS) adalah divisi dari USDA dan memiliki program yang menyediakan pengujian, mendukung standarisasi dan penilaian dan menawarkan layanan berita pasar. AMS mengawasi perjanjian pemasaran dan memesan program penelitian dan promosi. Ini juga membeli komoditas untuk program makanan federal. USDA juga memberikan dukungan untuk pekerjaan pemasaran pertanian di berbagai universitas. Di Inggris, dukungan untuk pemasaran beberapa komoditas disediakan sebelum dan sesudah Perang Dunia Kedua oleh dewan seperti Dewan Pemasaran Susu dan Dewan Pemasaran Telur. Beberapa negara berkembang telah membentuk unit pemasaran atau agribisnis yang di sponsori pemerintah seperti Indonesia, Afrika Selatan, India dan Karibia.

f. Perkembangan terbaru

Hubungan pemasaran baru antara agribisnis, pengecer besar dan petani secara bertahap sedang dikembangkan, misalnya melalui pertanian kontrak, pemasaran kelompok dan bentuk-bentuk tindakan kolektif lainnya. Donor dan LSM semakin memperhatikan cara-cara untuk mempromosikan hubungan langsung antara petani dan pembeli. Pertumbuhan supermarket, khususnya di Amerika Latin dan Asia Timur dan Tenggara, memiliki dampak signifikan pada saluran pemasaran untuk produk hortikultura, susu dan ternak (*The growth of supermarkets, particularly in Latin America and East and South East Asia, is having a significant impact on marketing channels for horticultural, dairy and livestock products*) Reardon, T., C.P. Timmer, C.B. Barrett, J. Berdegue (2003). Namun demikian, pasar "Spot" akan terus menjadi penting selama bertahun-tahun, membutuhkan perhatian pada perbaikan infrastruktur seperti untuk pasar ritel dan grosir.

D. SISTEM PEMASARAN PERTANIAN

Sektor pertanian Indonesia merupakan suatu sistem yang kompleks karena melibatkan lebih dari 70% penduduk Indonesia sebagai produsen dan 100% penduduknya sebagai konsumen. Selain itu melibatkan banyak perusahaan baik yang bergerak dalam produksi, pengolahan produk pertanian, penyediaan jasa sektor pertanian. Sistem pemasaran komoditas pertanian *relative* lebih kompleks dibandingkan komoditas lainnya. Hal ini disebabkan sifat produk, sistem produksi serta struktur dan karakteristik pasar produk pertanian yang khas.

a. Sifat-Sifat Produk Pertanian

Produk pertanian pada umumnya memiliki sifat rawan terhadap kerusakan (*perishable*), memiliki ukuran yang besar pertumpukan (*bukly/voluminous*) dan beraneka ragam mutunya (*quality variation*). Kerawanan kerusakan dan ukuran besar pertumpukan sangat berperan untuk menentukan metode penyimpanan, pengangkutan, dan metode penjadwalan. Sifat produk pertanian diantaranya adalah pertama tidak tahan lama, sifat produk pertanian yang mudah busuk dan rusak terutama produk buah-buahan, sayur-sayuran, daging hasil peternakan dan perikanan. Perlu penanganan yang cepat dan cermat untuk menjaga mutu

sesuai kebutuhan konsumen. Kedua sifat ukuran yang besar pertumpukan, memerlukan tempat yang besar terutama untuk kebutuhan penyimpanan dan pengakutan. Ketiga sifat mutu produk yang bervariasi, mutu produk pertanian bervariasi dari tahun ke tahun, dari musim ke musim dan dari sentra produksi yang satu kesentra produksi lainnya. Kualitas produk sangat ditentukan oleh kesesuaian kondisi terhadap pertumbuhan tanaman, jenis varietas dan penanganannya.

b. Sifat Produksi Pertanian

Produksi pertanian pada umumnya bersifat musiman, pasokan produk bervariasi dan tidak stabil dari waktu ke waktu, jumlah produksinya sulit untuk ditentukan, dan terdapat variasi antar sentra-sentra produksi secara geografis serta biaya produksi berbeda setiap daerah produksi

E. LEMBAGA DAN SALURAN, FUNGSI, DAN KEGUNAAN PEMASARAN KOMODITAS PERTANIAN

a. Lembaga Pemasaran

Lembaga pemasaran adalah badan usaha atau individu yang menyelenggarakan aktivitas pemasaran, menyalurkan jasa dan produk pertanian kepada konsumen akhir serta memiliki jejaring dan koneksitas dengan badan usaha dan atau individu lainnya. Lembaga pemasaran muncul sebagai akibat kebutuhan konsumen untuk memperoleh produk yang diinginkan sesuai waktu, tempat dan bentuknya. Berdasarkan penguasaannya terhadap komoditi yang diperjualbelikan lembaga pemasaran dibedakan menjadi tiga kelompok yaitu:

1. Lembaga pemasaran yang bukan pemilik namun mempunyai kuasa atas produk (*agent middleman*), di antaranya adalah: a. Perantara, makelar (broker) baik *selling* broker maupun *buying* broker. Broker merupakan pedagang perantara yang tidak secara aktif berpartisipasi dalam melakukan fungsi pemasaran, namun hanya sebagai penghubung pihak yang bertransaksi. b. *Commission agent*, yaitu pedagang perantara yang secara aktif turut serta dalam pelaksanaan fungsi pemasaran terutama yang berkaitan dengan proses seleksi produk, penimbangan dan *grading*. Umumnya mereka memperoleh komisi dari perbedaan harga produk.

2. Lembaga pemasaran yang memiliki dan menguasai produk pertanian yang diperjualbelikan, antara lain: a. Pedagang pengepul atau pengumpul, penebas, tengkulak atau *contract buyer, whole seller*. b. Grain millers, adalah pedagang atau lembaga pemasaran yang memiliki gudang penyimpanan produk pertanian. c. Eksporter dan importer.
3. Lembaga pemasaran yang tidak memiliki dan tidak menguasai produk pertanian yang ditransaksikan: a. *Processors* dan manufaktur: Lembaga-lembaga ini sangat berperan dalam proses pemasaran agro produk sebab keberadaannya menjadi jaminan pasar bagi produk pertanian. b. *Facilitative organizations*: salah satu bentuk organisasi fasilitatif yang sudah dikenal di Indonesia adalah pasar lelang ikan. c. *Trade associations*: asosiasi perdagangan agro produk yang terutama bertujuan untuk mengumpulkan, mengevaluasi, dan mendistribusikan informasi pada anggotanya.

b. Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran adalah rute yang dilalui oleh produk pertanian ketika produk bergerak dari *farm gate* yaitu petani produsen ke pengguna atau pemakai terakhir. Produk pertanian yang berbeda akan mengikuti saluran pemasaran yang berbeda pula. Umumnya saluran pemasaran terdiri atas sejumlah lembaga pemasaran dan pelaku pendukung. Mereka secara bersama-sama mengirimkan dan memindahkan hak kepemilikan atas produk dari tempat produksi hingga ke penjual terakhir

c. Fungsi Pemasaran

Fungsi-fungsi pemasaran komoditas pertanian yang dilaksanakan oleh lembaga-lembaga pemasaran pada prinsipnya terdapat 3 (tiga) tipe fungsi pemasaran, yaitu fungsi pertukaran, fungsi pengadaan fisik, dan fungsi fasilitas/pelancar. Fungsi pertukaran terdiri atas penjualan yaitu mengalihkan barang kepada pihak pembeli dengan harga yang memuaskan; dan pembelian yaitu pembelian untuk konsumsi, bahan dasar pabrik, dan untuk dijual lagi. Fungsi pengadaan fisik terdiri atas pengangkutan (*transport*) penyimpanan dan pengolahan. Fungsi fasilitas/pelancar terdiri atas standarisasi dan penggolongan produk,

permodalan (pembiayaan), penanggungan risiko yaitu berhubungan dengan ketidakpastian (ongkos, kerugian, dan kerusakan) serta fluktuasi harga; serta fungsi penyediaan informasi pasar.

d. Kegunaan pemasaran

Kegunaan pemasaran komoditas pertanian terdiri atas kegunaan bentuk (*form utility*), kegunaan tempat (*place utility*), kegunaan waktu (*time utility*), dan kegunaan kepemilikan (*possessing utility*). Kegunaan bentuk (*form utility*) yaitu industri berusaha mengubah suatu benda (bahan dasar) menjadi benda lain yang: berbeda bentuknya sehingga menjadi lebih bermanfaat bagi manusia/ masyarakat, seperti ulat sutra menjadi kain sutra: Kegunaan tempat (*place utility*) yaitu usaha yang bergerak dalam bidang transportasi atau pengangkutan, baik barang maupun angkutan manusia; misalnya padi yang kurang bermanfaat nilai nominalnya di desa dipindahkan ke kota yang lebih bermanfaat. Kegunaan waktu (*time utility*) yaitu usaha yang bergerak dalam bidang misalnya Dolog: Kegunaan kepemilikan (*possessing utility*) yaitu usaha yang bergerak dalam bidang perdagangan atau pertokoan; seperti memindahkan barang-barang hasil olahan milik pabrik agroindustri menjadi milik masyarakat luas.

F. PENDEKATAN SISTEM, TERBENTUKNYA PEMASARAN PERTANIAN

a. Pendekatan sistem

Beberapa pendekatan yang dilakukan dalam sistem pemasaran komoditas pertanian yaitu pendekatan serba barang, serba fungsi, serba lembaga, dan serba manajemen. Pendekatan serba barang, yaitu suatu pendekatan pemasaran yang melibatkan studi tentang bagaimana barang-barang tertentu berpindah dari titik produsen ke konsumen akhir atau konsumen industry. Pendekatan serba fungsi yaitu penggolongan kegiatan atau fungsi-fungsinya yang meliputi fungsi pertukaran, fungsi penyediaan, dan fungsi penunjang. Pendekatan serba lembaga yaitu mempelajari pemasaran komoditas pertanian dari segi organisasi/ lembaga-lembaga yang terlibat dalam kegiatan pemasaran seperti produsen, pedagang besar, pengecer, dan agen-agen penunjang; Sementara itu, pendekatan serba

manajemen yaitu mempelajari, pemasaran komoditas pertanian dengan menitikberatkan pada pendapat manajer serta keputusan yang mereka ambil.

b. Terbentuknya Pemasaran Pertanian

Konsep paling pokok yang melandasi pemasaran adalah kebutuhan manusia. Dengan adanya perkembangan zaman, kebutuhan berkembang menjadi suatu keinginan mengkonsumsi suatu produk dengan ciri khas tertentu. Munculnya keinginan akan menciptakan permintaan spesifik terhadap suatu jenis produk. Seseorang dalam menentukan keputusan pembelian akan mempertimbangkan nilai dan kepuasan yang akan didapat dari mengkonsumsi suatu produk. Apabila konsumen yakin akan nilai dan kepuasan yang akan didapat, maka konsumen akan melakukan pertukaran dan transaksi jual beli barang dan jasa. Hal inilah yang mendasari terjadinya pasar.

Sama seperti pendapat J.B Say yang dikenal dengan “Hukum Say” bahwa *suplly creates its own demand* yang berarti bahwa penawaran menciptakan sendiri permintaannya. Produk hasil pertanian merupakan bahan pokok dan dasar yang dibutuhkan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pangan dalam melangsungkan kegiatan sehari-hari. Ini berarti bahwa pendapatan, yang dihasilkan oleh beberapa orang dari memproduksi barang-barang tertentu, memberikan kesempatan pada mereka untuk membeli produk-produk orang-orang lainnya. Oleh karena semua orang mempunyai kebutuhan untuk membeli barang, mereka akan berusaha untuk memproduksi beberapa barang untuk memperoleh pendapatan dan dengan pendapatan itu membeli apapun yang mereka inginkan. Jadi pasar produk-produk akan harus selalu berada pada titik keseimbangan. Harga barang komoditi hasil pertanian ditentukan oleh mekanisme permintaan dan penawaran di pasar. Penawaran berasal dari petani sebagai produsen dan permintaan berasal dari masyarakat sebagai konsumen.

Seperti konsep permintaan dan penawaran pada umumnya bahwa jika harga naik maka penawaran meningkat dan permintaan menurun, sebaliknya jika harga turun maka penawaran menurun dan permintaan meningkat. Hal ini terkadang tidak berlaku pada produk pertanian karena

produk pertanian merupakan hasil produk musiman yang tidak bisa diprediksi apakah hasilnya banyak/ melimpah atau sedikit yang diakibatkan gagal panen.

Oleh karena itu dalam pasar pertanian, pemerintah turut andil dalam menentukan harga melalui kebijakan harga minimum atau *floor price* untuk melindungi produsen dan kebijakan harga maksimum atau *ceiling price* untuk melindungi konsumen. Selain itu, pemerintah juga melakukan kebijakan impor produk pertanian untuk memenuhi pasokan kebutuhan pangan dalam negeri dan menghindari lonjakan harga yang tinggi.

c. Konsep Masa Depan Pemasaran

a) **Marketing 3.0 dan New Wave Marketing**

Pemasaran bukan suatu upaya untuk mengelabui pembeli, merampok uang pelanggan, atau melakukan hal-hal buruk lainnya. Orientasi pemasaran tidak semata-mata profit saja, namun lebih dari itu juga berlandaskan humanisme dan peka terhadap masalah lingkungan. Intinya, pelaksanaan pemasaran juga mengacu pada nurani dan berwawasan sosial. Pemasaran di masa depan memerlukan konsep yang lebih robust. Sejalan dengan hal tersebut dan juga berbagai perubahan mendasar dalam satu dekade belakangan ini, MarkPlus, Inc. menghadirkan dua konsep pemasaran mutakhir, yaitu: *Marketing 3.0* dan *New Wave Marketing* (NWM). Perubahan-perubahan pemicu diperlukannya konsep pemasaran baru. Perubahan pertama adalah para pelanggan yang menjadi semakin menonjol sifat kemanusiawianya (*more human*) yang diindikasikan dengan semakin kuatnya kesadaran dan kepedulian mereka terhadap kelestarian lingkungan dan kesejahteraan sosial. Oleh karenanya pemasaran harus diwarnai dengan integritas dan keotentikan. Inilah yang menggiring lahirnya konsep *Marketing 3.0*.

Perubahan lain yang terjadi adalah pemasaran menjadi semakin horizontal karena merebaknya Internet, khususnya dengan hadirnya berbagai jaringan sosial (*social networks*), yang pada gilirannya menjadikan semuanya dan segalanya menjadi sama. Perusahaan dan pelanggan tidak lagi memiliki hubungan yang bersifat vertikal, namun kini telah menjadi horizontal. Hal ini menggiring kita pada suatu pendekatan baru yang disebut NWM. Konsep *Marketing 3.0* sebenarnya telah

dijabarkan secara mendalam dalam buku yang telah dipublikasikan dalam bahasa Inggris dan kemudian diterjemahkan ke dalam lebih dari 20 bahasa non-Inggris. Intinya adalah menjelaskan bagaimana terjadi suatu pergeseran dari *Marketing 1.0* yang masih berorientasi semata-mata pada produk, kemudian bergeser ke *Marketing 2.0* yang sudah berorientasi ke pelanggan, dan akhirnya menjadi *Marketing 3.0* yang bernuansa

Sebagai bagian dari konsep *Marketing 3.0* juga diperkenalkan Values-Based Matrix (VBM) Model di mana merupakan matriks yang terbentuk dari tiga elemen perusahaan yang terdiri dari *mission*, *vision*, dan *values* dengan tiga elemen individual yang terdiri dari *mind*, *heart*, dan *spirit*. Apabila perusahaan sudah pada tingkatan spiritual maka misinya sudah mencakup adanya *compassion*, visinya sudah berorientasi pada *sustainability*, dan nilai-nilainya adalah untuk membuat suatu perbedaan. Aplikasi *Marketing 3.0* antara lain berupa suatu transformasi sosial-budaya, pembentukan *Social Business Enterprise* (SBE), dan dukungan terhadap gerakan hijau (*green movement*). Dalam transformasi sosial-budaya perlu diidentifikasi apa sekiranya tantangan yang dihadapi sebelum kemudian menentukan siapa sasaran konstituennya dan pada gilirannya memberikan solusi transformasinya. Sedangkan SBE pada intinya adalah bagaimana suatu perusahaan dapat tetap menghasilkan uang namun pada saat yang bersamaan juga memberikan suatu pengaruh positif terhadap masyarakat di mana perusahaan tersebut beroperasi. Dukungan bagi gerakan hijau dapat direalisasikan dalam bentuk membantu mempromosikan gerakan tersebut atau bahkan sampai turut memproduksi suatu barang atau jasa yang memang ramah lingkungan atau bahkan keduanya sekaligus.

Pergeseran dari *legacy marketing* menuju NWM sebenarnya dipicu oleh sejumlah perubahan lanskap bisnis. Yang pertama adalah adanya pergeseran dari kondisi eksklusif menjadi inklusif. Hal ini meliputi inklusifitas teknologi yang dapat dilihat dengan terjadinya konvergensi antara dunia fisik dan digital. Dalam bidang ekonomi juga terjadi fenomena inklusifitas ini di mana semakin diperlukannya kolaborasi dalam mengatasi tantangan ekonomi global. Kita juga dapat melihat adanya pergeseran struktur politik global di mana terjadi pergeseran dari suatu sifat hegemoni ke arah multilateralisme karena nilai-nilai politik dan

diplomasi yang semakin inklusif. Selain itu, kemajuan, inovasi, serta konvergensi dalam bidang sains dan teknologi semakin mengaburkan tembok antar-industri dan membentuk industri-industri yang inklusif pula.

Ke-dua, adanya pergeseran dari kondisi vertikal menjadi horisontal. Hal ini ditandai dengan terbentuknya hubungan di antara perusahaan dengan para pelanggannya yang semakin horizontal di mana para pelanggan tidak bisa dilihat lagi sekadar sebagai suatu sasaran yang diposisikan pada bagian paling bawah dalam suatu hierarki pasar. Pada sisi lain, fenomena bahwa ‘pelanggan adalah raja’ juga sudah semakin tidak berlaku. Untuk saat ini dan di masa mendatang para pelanggan lebih tepat diposisikan dalam satu tingkat yang sederajat sebagai teman. Konteks kompetisi pun berubah dari vertikal menjadi horizontal dengan terlihatnya gejala semakin setaranya kancah permainan di mana persaingan tidak lagi ditentukan berdasarkan ukuran, negara asal, dan keunggulan masa lalu dari suatu perusahaan. Perusahaan-perusahaan bisa menjadi semakin kompetitif apabila mereka dapat terkoneksi dengan berbagai komunitas pelanggannya untuk suatu upaya ko-kreasi dan bahkan bersinergi dengan para pesaingnya sehingga terjadi suatu ko-opetisi.

Ke-tiga, adanya pergeseran dari individual menjadi sosial. Dalam 60 tahun terakhir ini konsep manajemen pemasaran sangatlah ‘individual’ dengan mengomunikasikan pesan melalui suatu hierarki yang vertikal dari masing-masing perusahaan kepada masing-masing pelanggannya. Dengan semakin tingginya tingkat konektivitas maka masing-masing perusahaan harus semakin terkoneksi secara sosial dengan para pesaingnya dan membentuk suatu *trand* secara kolaboratif.

Dalam *legacy marketing* kita telah mengenal konsep 4C yang terdiri dari *change*, *competitor*, *customer*, dan *company*. Dengan semakin terbukanya akses informasi dan juga pasar maka akan sangat sulit untuk memprediksi situasi pasar sehingga peran dari 4C akan semakin tidak jelas. Untuk alasan tersebut diperlukan tambahan C yang ke-lima, yaitu *connector*, yang membantu perusahaan untuk tetap terkoneksi dengan keempat elemen C yang lainnya tersebut. Adanya C yang ke-lima ini menjadi semakin penting perannya bagi perusahaan-perusahaan untuk semakin dapat terlibat dalam kegiatan bisnis atau pun pemasaran karena

elemen C ke-lima tersebut berperan penting untuk memungkinkan perusahaan menjadi *socially-connected*.

Dalam konsep NWM juga terjadi perubahan dari PDB (*positioning-differentiation-brand*) menjadi Triple-C di mana *positioning* bergeser ke arah *clarification*, *differentiation* harus dibentuk berdasarkan suatu *codification* yang bertumpu pada DNA perusahaan, dan *brand* harus semakin dapat menunjukkan *chacarter*-nya. Selain itu, secara lebih luas terjadi perubahan sangat fundamental dari 9 elemen pemasaran yang telah lama dikenal dalam *legacy* marketing menjadi 12C dalam konsep NWM.

b) Pendekatan Marketing 4.0

Sekarang ini, *marketing* 4.0 merupakan salah satu strategi pemasaran digital yang tengah digunakan oleh banyak perusahaan di berbagai negara. Hal ini berlaku karena dunia pemasaran sedang mengalami perkembangan yang pesat. Dalam kata lain, ia perlu diprioritaskan oleh berbagai institusi raksasa. Strategi satu ini akhirnya diterapkan karena dianggap jitu untuk membantu negara ikut berevolusi mengikuti kemajuan dunia digital yang pesat. Sama halnya dengan banyak negara lain, Indonesia pun sudah mulai mengenal dan menerapkan strategi ini.

Marketing 4.0 adalah sebuah pendekatan pemasaran yang memadukan interaksi online dan offline yang terjadi antara perusahaan dan pelanggan. Mengapa strategi tersebut bisa terbentuk? Sebab, di era modern ini, pemasaran tidak cukup kalau hanya dilakukan secara online. Perusahaan juga membutuhkan pemasaran offline untuk memastikan bahwa konsumen mendapatkan pelayanan yang memuaskan dari produk atau jasa yang mereka tawarkan. Namun, didasarkan dari *Marketing Insider Group*, bukan berarti pasar online berusaha untuk menjatuhkan pasar offline.

Dalam pendekatan ini, keduanya justru diperlukan untuk mengisi peran masing-masing demi melengkapi target pemasaran perusahaan. Seperti apa contohnya? Menurut *Marketeers*, metode ini tak cuma memadukan offline dan online, tetapi, juga menggabungkan *style* dengan *substance*. Ini artinya sebuah *brand* tidak bisa sekadar mengedepankan digital *branding* yang bagus. Mereka juga harus menghasilkan konten yang

relevan, menarik, dan *up-to-date* untuk para pelanggan. *Machine-to-machine* dan juga *artificial intelligence* dikembangkan untuk memajukan strategi pemasaran digital terbaru ini. Akan tetapi, dalam pelaksanaannya, perusahaan masih memerlukan sentuhan manusia untuk memperkuat *customer engagement*. Jadi, perpaduan inilah yang disebut dalam *marketing 4.0*.

Seiring berjalannya waktu, strategi *marketing* akan terus berevolusi dan mengalami perkembangan di seluruh dunia. Contohnya *marketing 1.0* yang fokus pada penjualan produk tanpa memikirkan kebutuhan konsumen dan *marketing 2.0* yang berorientasi pada konsumen. Lalu, muncul *marketing 3.0* yang berorientasi pada manusia dan *marketing 4.0* yang menggabungkan strategi online dan offline demi mendapatkan *customer engagement*. Dengan perubahan strategi dari tahun ke tahun, pendekatannya pun berubah.

Akhirnya, Hermawan Kartajaya, dan Iwan Setiawan (2017) mengganti pendekatan 4A menjadi 5A dalam bukunya yang berjudul *Marketing 4.0, Moving from Traditional to Digital*. Pendekatan 5A dalam *marketing 4.0* adalah

1. *Aware*, aspek 5A pertama yang terdapat dalam *marketing 4.0* adalah *aware*. Pelanggan sudah tahu mengenai *brand* atau produk yang dijual. Mereka sudah sadar akan eksistensi *brand* atau produk yang dijual perusahaan lewat media tradisional seperti brosur dan iklan di televisi. Tahap ini dapat disingkat menjadi, "*I know*."
2. *Appeal*, dalam tahap ini konsumen sudah mulai merasa tertarik dengan produk yang dijual. Pelanggan juga sudah mulai berpikir apakah mereka benar-benar membutuhkan produk yang mereka sukai. Tahap ini dapat disingkat menjadi, "*I like*" atau momen di mana pelanggan memahami kebutuhan mereka.
3. *Ask*, aspek 5A berikutnya yang terdapat dalam *marketing 4.0* adalah *ask*. Karena ketertarikan pelanggan pada sebuah produk dan setelah selesai menimbang-nimbang, mereka akan masuk ke dalam tahap "*Ask*" atau pencarian informasi yang mendalam tentang produk yang mereka sukai. Bisa jadi pelanggan akan bertanya kepada temannya yang sudah pernah membeli, mencari ulasan di internet, atau bahkan

mencari tahu komposisi barang dan membandingkan harganya. Tahap ini dapat disebut, "*I am convinced*"

4. *Act*, setelah melewati ketiga tahap di atas, akhirnya konsumen memberanikan diri untuk masuk ke tahap *act*. Akhirnya membeli produk yang mereka sukai. Dalam tahap ini dapat disederhanakan menjadi, "*I buy.*"
5. *Advocate*, jika pelanggan puas akan produk yang dibelinya, mereka akan melanjutkan ke tahap berikutnya yaitu *advocate*. Dengan kata lain, mereka merekomendasikan produk yang mereka beli. Memberikan *feedback*, rekomendasi, atau ulasan dapat dilakukan online maupun offline.

G. RANGKUMAN MATERI

Istilah pasar mengandung pengertian yang beraneka ragam yang mendefinisikan sebagai tempat pertemuan antara penjual pembeli, barang atau jasa yang ditawarkan untuk dijual, terjadinya perpindahan kepemilikan. Unsur dasar sebagai penyusun struktur pasar yang terpenting adalah jumlah dan ukuran relatif penjual dan pembeli, derajat perbedaan produk dan derajat kualitas pembeli dan penjual masuk dan keluar sistem. Dalam teori ekonomi sering dijumpai istilah pasar persaingan sempurna, pasar persaingan monopolistik, pasar persaingan oligopoli, dan pasar monopoli yang dilakukan oleh penjual atau produsen. Masing-masing jenis pasar tersebut mempunyai ciri atau karakteristik masing-masing.

Asal kata pemasaran adalah pasar (*market*): Yang dipasarkan ialah barang dan jasa. Menurut Kartajaya (2002: 11), pemasaran adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *values* dari satu inisiator kepada *stakeholders*-nya.

Pemasaran pertanian, khususnya di negara-negara berkembang, cenderung berkonsentrasi pada sejumlah bidang, khususnya pembangunan infrastruktur; penyediaan informasi; pelatihan petani dan pedagang di masalah pemasaran dan pascapanen; dan dukungan terhadap pengembangan lingkungan kebijakan yang tepat. Di masa lalu, upaya dilakukan untuk mengembangkan badan pemasaran yang dikelola

pemerintah tetapi ini cenderung menjadi kurang menonjol selama bertahun-tahun.

Lembaga pemasaran muncul sebagai akibat kebutuhan konsumen untuk memperoleh produk yang diinginkan sesuai waktu, tempat dan bentuknya. Berdasarkan penguasaannya terhadap komoditi yang diperjualbelikan lembaga pemasaran dibedakan menjadi tiga kelompok yaitu: Lembaga pemasaran yang bukan pemilik namun mempunyai kuasa atas produk (*agent middleman*). Lembaga pemasaran yang memiliki dan menguasai produk pertanian yang diperjualbelikan. Lembaga pemasaran yang tidak memiliki dan tidak menguasai produk pertanian yang ditransaksikan. Saluran pemasaran adalah rute yang dilalui oleh produk pertanian ketika produk bergerak dari *farm gate* yaitu petani produsen ke pengguna atau pemakai terakhir. Fungsi-fungsi pemasaran komoditas pertanian yang dilaksanakan oleh lembaga-lembaga pemasaran pada prinsipnya terdapat 3 (tiga) tipe fungsi pemasaran, yaitu fungsi pertukaran, fungsi pengadaan fisik, dan fungsi fasilitas/ pelancar dan Kegunaan pemasaran komoditas pertanian terdiri atas kegunaan bentuk (*form utility*), kegunaan tempat (*place utility*), kegunaan waktu (*time utility*), dan kegunaan kepemilikan (*possessing utility*). Kegunaan bentuk (*form utility*).

Pendekatan sistem pemasaran komoditas pertanian yaitu pendekatan serba barang, serba fungsi, serba lembaga, dan serba manajemen. Konsep pokok yang melandasi terbentuknya pemasaran pertanian adalah kebutuhan manusia.

Konsep masa depan pemasaran saat ini, tidak lagi melihat dari konsep pemasaran 1.0, 0.2 tetapi lebih jauh kepada konsep pemasaran 3.0 dan 4.0 walaupun masih ditemukan sekarang ini petani menggunakan 1.0 dan 2.0. *Marketing* 3.0 yang bernuansa *human spirit* atau *values-driven*. Sebagai bagian dari konsep *Marketing* 3.0 juga diperkenalkan *Values-Based Matrix* (VBM) Model di mana merupakan matriks yang terbentuk dari tiga elemen perusahaan yang terdiri dari *mission*, *vision*, dan *values* dengan tiga elemen individual yang terdiri dari *mind*, *heart*, dan *spirit*. *Marketing* 4.0 adalah sebuah pendekatan pemasaran yang memadukan interaksi online dan offline yang terjadi antara perusahaan dan pelanggan. *Machine-to-machine* dan juga *artificial intelligence* dikembangkan untuk memajukan strategi pemasaran digital terbaru ini. Akan tetapi, dalam

pelaksanaannya, perusahaan masih memerlukan sentuhan manusia untuk memperkuat *customer engagement*. Jadi, perpaduan inilah yang disebut dalam marketing 4.0. Hermawan Kartajaya, dan Iwan Setiawan (2017) mengganti pendekatan 4A menjadi 5A dalam bukunya yang berjudul *Marketing 4.0, Moving from Traditional to Digital*

TUGAS DAN EVALUASI

Jawablah pertanyaan berikut ini:

1. Apa pengertian pasar, pemasaran dan struktur pasar? Jelaskan perbedaannya jika dilihat dari sudut pandang ekonomi, serta bagaimana cara pengembangan pemasaran pertanian?
2. Apa yang dimaksud dengan lembaga pemasaran? dan apa sajakah peran lembaga pemasaran?
3. Apakah definisi dari saluran pemasaran? Serta sebutkan fungsi-fungsi pemasaran!
4. Mengapa dalam pemasaran produk pertanian perlu dilakukan fungsi penyimpanan, serta alasan sehingga *grading* dikategorikan sebagai fungsi fasilitas dalam pemasaran produk pertanian?
5. Jelaskan konsep masa depan *marketing* 3.0 dengan *marketing* 4.0 serta uraikan 5 pendekatan *marketing* 4.0!.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbott, John Cave; *Food and Agriculture Organization of the United Nations* (1986). *Marketing Improvement in the Developing World: What Happens and what We Have Learned*. Food & Agriculture Org. pp. 3-. ISBN 978-92-5-101427-1
- American Marketing Association, "About AMA: Definition of Marketing," <<https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx>> (dikutip pada 29 Januari 2016).
- Aminursita, O, dan Abdullah, M.F. (2018). "Identifikasi Struktur Pasar pada Industri Keramik di Kota Malang". *Jurnal Ilmu Ekonomi*. 2 (3): 409–418.
- Beierlein, J.G. and M,W, Woolverton, 1991. *Agribusiness Marketing The management Perspective*, New Jersey: Prentice Hall.
- CTA and EAGC. "Structured grain trading systems in Africa" (PDF). CTA. Retrieved 15 Mei 2022
- Downey, W.D and S.P.Erickson, 1992. *Manajemen Agribisnis Edisi Kedua*. Terjemahan R, Ganda dan A,], Sirait, Jakarta Erlangga
- Dixie, Grahame (2007). "Horticultural Marketing, Marketing Extension Guide 5" (PDF). FAO, Rome
- Goyal, Aparajita (July 2010). "Information, Direct Access to Farmers, and Rural Market Performance in Central India"
- Helen Markelova and Ruth Meinzen-Dick "Collective action and market access for smallholders: A summary of findings" (PDF). Archived from the original (PDF) on 2010-07-16. Retrieved 2022-05-14. CAPRI/IFPRI 2007
- Kartajaya, H dan Setiawan 2017. *Marketing 4.0* .[https://melekbrita.com/1175/buku:Marketing -4.0 Hermawan Kartajaya, diakses Saturday, May 14, 2022](https://melekbrita.com/1175/buku:Marketing-4.0HermawanKartajaya,diaksesSaturday,May14,2022)
- Kolter, P 1997. *Marketing Management, Analysis Planning, Implementation and Control, 9th Edition*. Prentice Hall International Inc. New Jersey.
- Kotler, P dan Kevin Lane Keller. 2009 *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas. Jilid 1. Penerbit Erlangga. Jakarta.

- Lihan, Irham (Juni 2014). *"Kajian Struktur Pasar Gabah dan Beras di Indonesia"*. Jurnal NeO-Bis. 8 (1): 74. ISSN 2460-836X.
- Lusiana (Desember 2012). *"Analisis Struktur Pasar dan Perilaku Industri Ban di Indonesia Tahun 2007-2011"* (PDF). Media Ekonomi. 20 (3): 99–126
- Marocchino, Cecilia (2009). *"A guide to upgrading rural agricultural retail markets"* (PDF). Rome: Food And Agril culture Organization Of The United Nations. Retrieved 14 Mei 2022
- Revida, R., dan Septiariini, D.F. (Mei 2017). *Analisis Pengaruh Struktur Pasar dan Perilaku Pasar terhadap Kinerja pada Bank Umum Syariah di Indonesia dan Malaysia Tahun 2011-2015*. Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan. 4 (5): 367–380. ISSN 2502-1508.
- Reardon, T., C.P. Timmer, C.B. Barrett, J. Berdegue. *"The Rise of Supermarkets in Africa, Asia, and Latin America,"* American Journal of Agricultural Economics, 85 (5), December 2003: 1140-1146
- Reardon T.; Timmer P.; Berdegue J. *"The Rapid Rise of Supermarkets in Developing Countries: Induced Organizational, Institutional, and Technological Change in Agrifood Systems"* (PDF). electronic Journal of Agricultural and Development Economics. Retrieved 14 Mei 2022
- Said, E. Gumbira dan Harizt Intan , 2004, *Manajemen Agribisnis*. Penerbit Ghalia Indonesia Jakarta
- Shepherd, Andrew W (2000). *"Understanding and Using Market Information"* (PDF). FAO, Rome
- Shepherd, Andrew W (2007). *"Approaches to linking producers to markets"* (PDF). FAO, Rome
- Tjiptono, Fandy (1997). *Strategi Pemasaran (edisi ke-2)*. Yogyakarta: ANDI Publisher. ISBN 979-731-381-6.
- Tracey-White, John (2003). *"Planning and Designing Rural Markets"*. Rome: Food And Agrilculture Organization Of The United Nations.
- Zaini, Ahmad Afan (Agustus 2014). *"Pasar Persaingan Sempurna dalam Perspektif Ekonomi Islam"*. Ummul Qura. 4 (2): 93



EKONOMI PERTANIAN

BAB 7: PASAR DAN KEBIJAKAN PERTANIAN

Dr. Ria Indriani, S.P., M.Si.

Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Negeri Gorontalo

BAB 7

PASAR DAN KEBIJAKAN PERTANIAN

A. STRUKTUR PASAR

Komoditas pertanian merupakan komoditas unik yang membedakannya dengan komoditas lain. Komoditas pertanian bersifat musiman, mudah rusak dan tergantung pada kondisi alam (Anindita et al, 2017). Agar petani dapat mencegah kerusakan dari produksi usahatannya maka hasil panen itu harus dijual. Selain itu petani dapat menikmati berupa keuntungan dari penjualan hasil panen. Dari kedua alasan diatas maka dibutuhkan pasar sebagai sarana penjualan hasil panen bagi petani. Menurut Mubyarto (1987), tidak ada yang lebih menggembirakan petani dari pada diperolehnya harga yang tinggi pada waktu ia menjual produksinya. Harga yang tinggi atau rendah pada umumnya dilihat oleh petani dalam hubungan dengan harga-harga saat panen sebelumnya, dalam hal ini bekerjanya gaya-gaya permintaan dan penawaran. Terdapat dua karakteristik penting konsumen yang mempengaruhi elastisitas permintaan yakni: 1) pendapatan: konsumen yang memiliki pendapatan yang tinggi memiliki peluang untuk membeli komoditas pertanian yang lebih beragam dan banyak daripada konsumen dengan pendapatan yang rendah; 2) Umur: umur sangat menentukan keputusan pembelian suatu komoditas pertanian dilihat dari sisi biologis, psikologis maupun gaya hidup. Konsumen yang berumur produktif cenderung akan membeli produk lebih banyak daripada konsumen berusia lanjut. Dua karakteristik konsumen tersebut sangat penting dalam pengambilan keputusan pemasaran komoditas pertanian (Anindita,et.al. 2017).

Seperti yang sudah disebutkan di atas pasar adalah pertemuan permintaan dan penawaran untuk membentuk harga. Menurut Rahim dan Hastuti (2007), istilah pasar mengandung pengertian yang beraneka ragam. Ada yang mendefinisikan sebagai tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, barang atau jasa yang ditawarkan untuk dijual, dan terjadi

perpindahan kepemilikan. Selain itu, ada pula yang menyatakan bahwa pasar adalah permintaan yang dibuat sekelompok pembeli potensial terhadap suatu barang atau jasa. Pasar menurut Marshall sebagai tempat bertemunya penawaran dan permintaan untuk membentuk harga. Dengan mengacu definisi ini, seolah-olah penjual bertemu secara langsung dengan pembeli. Padahal dalam pemasaran produk pertanian, seringkali produk pertanian diperjualbelikan telah melalui beberapa daerah bahkan beberapa negara. Dengan demikian, definisi ini sangatlah tidak sesuai dengan fenomena lapang yang sebenarnya.

Menurut Sudiyono (2004), pasar secara sempit didefinisikan sebagai lokasi geografis, dimana penjual dan pembeli bertemu untuk mengadakan transaksi faktor produksi, barang dan jasa. Dalam perkembangannya definisi perlu ditinjau mengingat perkembangan teknologi informasi memungkinkan dilakukan transaksi tanpa komunikasi tatap muka antara penjual dan pembeli, bahkan untuk beberapa komoditi pertanian terdapat lembaga pemasaran yang berperan sebagai agen penjual (*selling broker*) atau agen pembeli (*buying broker*). Dengan demikian, ada kalanya penjual dan pembeli diwakili individu-individu dan transaksi tidak perlu membutuhkan ruang geografis tertentu. Pasar merupakan keadaan terbentuknya suatu harga dan terjadinya perpindahan hak milik produk-produk tertentu. Dalam definisi terjadinya perpindahan hak milik ini hanya dapat dilakukan, bila pihak-pihak yang terlibat dalam aktivitas pemasaran bersedia melepaskan hak miliknya dengan memperoleh sejumlah kompensasi tertentu.

Menurut Kotler (1988): Pasar meliputi totalitas pembeli potensial yang akan memenuhi kebutuhan dan keinginannya, di mana pembeli tersebut bersedia dan mampu membeli alat pemuas melalui pertukaran yang adil dan saling menguntungkan. Pasar menurut Kotler dan Armstrong (1990) merupakan sekumpulan pembeli aktual dan potensial untuk sebuah produk. Kotler dan Armstrong (1990) lebih lanjut mengklasifikasikan pertukaran yang terjadi menjadi tiga, yaitu a) pertukaran untuk memenuhi kebutuhan sendiri (*self sufficiency*), b) pertukaran desentralisasi (*decentralized exchange*) dan c) pertukaran sentralisasi (*centralized exchange*). Menurut Gitosudarmo (1997), pasar merupakan orang-orang

ataupun organisasi yang mempunyai kebutuhan produk yang dipasarkan dan mereka memiliki daya beli yang cukup guna memenuhi kebutuhannya

Berdasarkan beberapa definisi di atas, pasar dapat didefinisikan sebagai tempat ataupun terjadinya pemenuhan kebutuhan dan keinginan dengan menggunakan alat pemuas yang berupa barang ataupun jasa, dimana terjadi perpindahan hak milik antara penjual dan pembeli (Sudiyono, 2004).

Jika dilihat dari sudut pandang bidang pertanian, secara spesifik menurut Said dan Intan (2001), pasar pertanian adalah tempat dimana terdapat transaksi antara kekuatan penawaran dan permintaan produk pertanian, terjadi tawar-menawar nilai produk, terjadi pemindahan kepemilikan, dan terjadi kesepakatan kesepakatan yang berhubungan dengan pemindahan kepemilikan. Sedangkan pasar komoditas pertanian adalah tempat bertemunya demand & supply dalam bargaining antara petani sebagai penjual dan pembeli sebagai konsumen atau perantara (tengkulak, pengumpul, pedagang besar, dan pengecer) sehingga terjadi perpindahan kepemilikan (Rahim dan Hastuti, 2007).

Struktur pasar dinyatakan sebagai sifat-sifat pasar yang menunjukkan pengaruh perbedaan dan integrasi antara penjual dan pembeli. Unsur dasar sebagai penyusunan struktur pasar yang terpeting adalah jumlah dan ukuran relatif penjual dan pembeli, derajat perbedaan produk, dan derajat kualitas pembeli dan penjual, masuk dan keluar system (Citwidyaastuti, 2002). Menurut Mubyarto (1987), sifat dan bentuk pasar dipengaruhi oleh banyak faktor, dari kedudukan ekonomi petani sampai pada peranan kebijaksanaan pemerintah dan hubungan antara pasar dalam negeri dengan pasar luar negeri.

Secara garis besar struktur pasar terbagi atas dua yaitu pasar persaingan sempurna (*perfect competition market*) dan pasar monopoli. Namun sejalan dengan perkembangannya pasar terbagi atas beberapa bentuk, seperti yang dikemukakan oleh Rahim dan Hastuti (2007), dalam teori ekonomi sering dijumpai istilah pasar persaingan sempurna, pasar persaingan monopolistic, pasar persaingan oligopoly, dan pasar monopoli yang dilakukan oleh penjual atau produsen. Masing-masing jenis pasar tersebut mempunyai ciri atau karakteristik masing-masing.

Faktor jumlah (banyaknya) pembeli dan penjual dalam tata niaga dianggap memegang peranan sangat penting dalam menentukan bentuk dan sifat-sifat pasar. Bentuk yang ekstrim adalah persaingan sempurna di mana terdapat banyak pembeli dan penjual yang saling bersaing. Pembeli bersaing untuk mendapatkan barang dan penjual bersaing untuk mencari pembeli. Karena jumlah penjual dan petani yang banyak itu maka masing-masing tidak mampu mempengaruhi dan menentukan harga yang terjadi ((Mubyarto, 1987). Sukirno (2002), menambahkan bahwa pasar persaingan sempurna (*perfect competition market*) mempunyai ciri-ciri seperti penjual banyak barang yang dijual bersifat homogen barang yang dijual seorang penjual merupakan bagian kecil dari keseluruhan barang yang ada di pasar tersebut setiap penjual mempunyai kebebasan masuk atau keluar dari pasar (*free entry dan free exit*), pengetahuan penjual dan pembeli tentang keadaan pasar sempurna serta mobilitas sumber ekonomi di seluruh pasar adalah bebas dan tidak hambatan.

Namun keempat asumsi tersebut di atas sukar sekali dipenuhi dalam praktek. Dalam kenyataan baik dalam tataniaga padi atau cengkeh atau hasil-hasil pertanian lainnya jumlah pembeli dan penjual tidaklah besar sekali seperti digambarkan dalam teori. Dalam tataniaga padi, penjual biasanya jauh lebih banyak daripada pembeli, sedangkan dalam tataniaga cengkeh walaupun jumlah penjual juga lebih banyak tetapi faktor-faktor lain yang telah disebutkan di atas menyebabkan tidak terpenuhinya asumsi persaingan yang sempurna (Mubyarto, 1987).

Menurut Mubyarto (1987), kalau suatu pasar tidak sempurna maka pasar itu dapat bersifat monopoli (atau monopsoni) atau oligopoli (atau oligopsoni). Dalam monopoli, hanya ada satu (mono) penjual sedangkan pembeli jumlahnya banyak; sedangkan dalam monopsoni, sebaliknya, hanya ada satu pembeli berhadapan dengan penjual yang banyak jumlahnya. Pasar monopoli (*monopoly market*) mempunyai ciri sebagai berikut: pasar hanya terdapat satu penjual tidak ada penjual lain yang dapat menjual output pengganti bagi output yang dijual serta ada halangan, baik bersifat alami maupun buatan bagi perusahaan lain memasuki pasar tersebut (*barriers to entry*). Pasar monopsoni (*monopsony market*) yaitu jika terdapat seorang atau sebuah badan atau pembeli

untuk komoditas tertentu sehingga dapat mempengaruhi harga komoditas tersebut (Rahim dan Hastuti, 2007).

Pasar persaingan monopolistik (*monopolistic competition market*) mempunyai ciri seperti lebih dari satu penjual/produsen merupakan perusahaan kecil sebagai penjual; perusahaan besar mempunyai pengaruh lebih besar atas suplai dan harga pasar, peralihan bentuk antara pasar persaingan sempurna dan pasar monopoli murni.

Pasar oligopoly (*oligopoly competition market*) mempunyai ciri sebagai berikut: hanya sedikit penjual sehingga tindakan seseorang produsen akan mendorong produsen lain untuk bereaksi; terdapat lebih dari dua produsen atau penjual, misalnya 3 atau 4 produsen. Sementara itu duopoly merupakan bentuk pasar yang hanya terdapat dua penjual produk tertentu. pasar duopsoni (*duopsony market*) yaitu kebalikan dari pasar duopoly, yaitu hanya terdapat dua pembeli komoditas pembeli komoditas tertentu.

B. POKOK-POKOK KEBIJAKAN PERTANIAN

Pemasaran adalah semua kegiatan dalam proses perpindahan barang dari titik produksi ke titik konsumen, dimana pemasaran terbagi atas dua yaitu pemasaran komoditi pertanian dan pemasaran non pertanian. Terdapat perbedaan antara keduanya dimana pada pemasaran komoditi non pertanian lebih bersifat distributive, lokasi produsen terkonsentrasi, barang yang dihasilkan dapat direncanakan secara cermat (jumlah, mutu dan waktu) dan produsen dapat menghasilkan barang dalam jumlah yang besar sehingga dapat mendistribusikannya secara langsung. Sedangkan pemasaran komoditi pertanian bersifat konsentrasi-distributif, lokasi produksi terpencar-pencar, hasil produk merupakan bahan mentah yang perlu pengolahan lebih lanjut, jumlahnya relative sedikit sehingga untuk menutup biaya diperlukan lembaga pemasaran.

Seperti yang sudah dijelaskan pada sub bab sebelumnya bahwa salah satu sifat khas komoditas pertanian adalah harga yang berfluktuasi seperti pada komoditas cabai rawit dan daging sapi yang dapat mempengaruhi inflasi. Hal ini berbeda dengan harga dari komoditas industry. Menurut Mubyarto (1987), harga hasil-hasil industri tidak mengalami kegoncangan-kegoncangan harga yang naik turun karena produksi berjalan secara kontinyu, tidak tergantung pada musim dan iklim yang sering tidak dapat

diramalkan. Di samping itu juga perbedaan waktu antara perubahan-perubahan permintaan dan penawaran untuk hasil-hasil industri biasanya lebih pendek. Kegoncangan-kegoncangan harga ini lebih besar di negara-negara yang berkembang seperti Indonesia disebabkan oleh peranan sektor pertanian masih sangat penting. Di negara-negara maju seperti di Amerika Serikat sektor pertanian hanya memberikan lapangan kerja pada kira-kira 5% seluruh tenaga kerja, sehingga dengan berbagai cara pemerintah dapat menyusun kebijaksanaan pertanian yang sifatnya menjaga kestabilan harga-harga dan pendapatan pertanian dengan bantuan dana-dana dari sektor-sektor lain di luar pertanian.

Pemasaran komoditas pertanian harus di rancang untuk mampu memenuhi preferensi konsumen pada berbagai tingkatan harga. Konsumen akan memilih membeli komoditas pertanian sesuai dengan daya beli yang mereka miliki. Ada 3 aspek yang harus diperhatikan yaitu:

1. Kuantitas: Jumlah komoditas pertanian yang ditawarkan idealnya harus seimbang dengan permintaan yang ada di pasar. Namun seringkali terjadi penawaran komoditas pertanian tidak mampu menjawab besarnya permintaan di pasar. Kondisi ini berpotensi menyebabkan kelangkaan dan kenaikan harga yang menyebabkan daya beli konsumen menurun. Dalam kondisi normal, penawaran komoditas pertanian di pasar dipengaruhi oleh produksi dan produktifitas daerah-daerah sentra komoditas dimaksud, jalur distribusi, transportasi maupun kebijakan pemerintah.
2. Kualitas: kualitas berkaitan dengan nilai suatu komoditas yang menyebabkan komoditas tersebut memiliki nilai lebih dari komoditas yang lain. Kualitas akan mempengaruhi harga jual komoditas dan menciptakan tingkatan harga yang menjadi pilihan konsumen sesuai dengan daya belinya masing-masing. Dalam era perdagangan bebas saat ini, kualitas produk menjadi senjata ampuh untuk menembus pasar domestik maupun luar negeri. Kualitas komoditas pertanian saat ini menjadi perhatian serius petani dengan institusi pemerintah terkait untuk memenuhi standarisasi yang ada.
3. Kontinuitas menjadi isu krusial dalam pemenuhan preferensi konsumen. Hal ini dikarenakan komoditas pertanian bersifat musiman dan tergantung pada cuaca yang menyebabkan komoditas pertanian

tidak tersedia sepanjang tahun di pasar. Teknologi pertanian saat ini sudah banyak diterapkan untuk memproduksi komoditas pertanian sepanjang tahun dengan menciptakan kondisi yang terkendali, teknologi benih, teknologi penyimpanan maupun dengan melakukan importasi jika produksi dalam negeri belum mampu memenuhi permintaan yang ada.

Ketiga aspek ini menjadi aspek penting yang menjadi pondasi pemasaran komoditas pertanian. Stabilitas harga akan tercapai jika ketiga aspek tersebut dapat dikendalikan dengan baik dan benar. Kealpaan pada ketiga aspek tersebut akan menyebabkan instabilitas perekonomian di masyarakat.

Untuk mengatasi ketidakstabilan harga ataupun instabilitas ekonomi maka tak jarang, pemerintah melakukan campur tangan untuk mempengaruhi keputusan produsen, konsumen, dan para pelaku pemasaran agar terlaksana pembangunan pertanian sesuai dengan yang direncanakan. Campur tangan pemerintah inilah yang kemudian disebut sebagai “politik pertanian” (*agricultural policy*) atau “kebijakan pertanian”.

Menurut Snodgrass dan Wallace (1977) kebijakan pertanian sebagai usaha pemerintah untuk mencapai tingkat ekonomi yang lebih baik dan kesejahteraan yang lebih tinggi secara bertahap dan kontinu melalui pemilihan komoditi yang diprogramkan, produksi bahan makanan dan serat pemasaran, perbaikan struktural, politik luar negeri, pemberian fasilitas, dan pendidikan.

Politik pertanian adalah bagian dari politik ekonomi di sektor pertanian, sebagai salah satu sektor ekonomi suatu masyarakat (Widodo, 2000). Menurut Monke dan Pearson (1989), politik pertanian adalah campur tangan pemerintah di sektor pertanian dengan tujuan untuk meningkatkan efisiensi yang menyangkut alokasi sumber daya untuk dapat menghasilkan output nasional yang maksimal dan meratakan pendapatan, yaitu mengalokasikan keuntungan pertanian antar golongan dan antar daerah, keamanan persediaan jangka pendek, kestabilan harga jangka pendek dan menjamin ketersediaan bahan makanan jangka panjang.

Sehingga dapat disimpulkan dari penjelasan dia atas bahwa politik pertanian merupakan sikap dan tindakan pemerintah atau kebijaksanaan pemerintah atau kebijaksanaan pemerintah dalam kehidupan pertanian. Kebijaksanaan pertanian adalah serangkaian tindakan yang telah, sedang, dan akan dilaksanakan oleh pemerintah untuk mencapai tujuan tertentu, seperti memajukan pertanian, mengusahakan agar pertanian menjadi lebih produktif, produksi dan efisiensi produksi naik, tingkat hidup petani lebih tinggi, dan kesejahteraan lebih merata (Hanafie, 2010).

Menurut Mubyarto (1987), untuk mencapai tujuan pemerintah mengeluarkan peraturan-peraturan. Pada dasarnya peraturan terbagi dua, yaitu:

1. Kebijakan-kebijakan yang bersifat pengatur (*regulating policies*). Contohnya adalah larangan monopoli atau distribusi pupuk
2. Pendapatan yang lebih adil dan merata (*distributive policies*). Contohnya adalah penentuan harga dasar komoditas

Oleh karena itu kebijakan pertanian, terbagi menjadi:

1. Kebijakan harga (*price policy*)
Adalah pemberian suatu penyangga (*support*) atau subsidi atas harga-harga produk pertanian. Contoh: harga dasar, harga atap dan subsidi pupuk. Tujuan dari kebijakan harga adalah: stabilisasi harga dan memberikan arah dan petunjuk pada jumlah produksi
2. Kebijakan pemasaran (*marketing policy*)
Adalah usaha campur tangan pemerintah dalam bekerjanya kekuatan-kekuatan pasar. Contohnya adalah ekspor hasil tanaman perkebunan, pengaturan distribusi sarana produksi dan operasi pasar
3. Kebijakan struktural (*structural policy*)
Adalah usaha pemerintah untuk memperbaiki struktur produksi dalam luas pemilikan tanah, pengenalan dan mengusahakan alat dan teknologi baru serta perbaikan sarana dan prasarana pertanian baik secara fisik maupun social ekonomi. Contoh: pengenalan teknologi baru dengan penyuluhan intensif.

Kebijakan pertanian dari pemerintah lebih rinci dijelaskan sebagai berikut:

1. Kebijakan penentuan harga Pembelian Pemerintah (HPP). Kebijakan pembelian pemerintah adalah penetapan harga eceran terendah dan tertinggi untuk beberapa komoditas yang memiliki harga yang sangat berfluktuasi, tujuannya adalah untuk melindungi produsen dan konsumen. Pemerintah melalui Menteri Perdagangan mengeluarkan peraturan yang berisi penetapan 7 (tujuh) komoditas pangan yaitu: beras, jagung kedelai, gula, bawang merah, cabai dan daging sapi. Penetapan tujuh komoditas pangan ini tertuang dalam Permendag No.63/MENDAG/PER/09/2016 tentang Harga Acuan Pembelian di Petani dan Harga Acuan Penjualan di Konsumen. Harga Acuan ini akan berlaku selama 4 (empat) bulan dan akan dievaluasi sesuai kondisi yang berkembang. Contohnya adalah komoditas cabai rawit, dimana dalam permendag ini, harga acuan pembelian cabe rawit merah di petani adalah Rp 17.000 dan harga acuan penjualan konsumen adalah Rp 29.000.
2. Operasi pasar adalah suatu kegiatan yang dilakukan pemerintah untuk menghindari terjadinya kenaikan harga komoditas pertanian yang dilakukan dengan cara dropping atau injeksi untuk meningkatkan suplai melalui pedagang, atau langsung ke pedagang eceran pada waktu harga cabe rawit meningkat. Tujuannya adalah untuk meredam gejolak harga dengan melakukan penjualan pada saat harga pasar naik dan melakukan pembelian pada saat harga menurun. Operasi pasar terutama dilakukan terhadap barang yang mempunyai nilai strategis seperti gula pasir, daging sapi dan cabe rawit. Manajemen stok bekerja sama dengan Perum Bulog, PT Perusahaan Perdagangan Indonesia (PPI) dan Kementerian Perdagangan masuk ke dalam pasar untuk menjaga stabilitas harga.
3. Kebijakan ekspor dan import. Menurut Mubyarto (1987), Untuk kepentingan analisa struktur tata niaga ini, hasil-hasil pertanian yang dikonsumsi di dalam negeri saja misalnya beras, jagung, gula atau cengkeh. Golongan komoditi ini dalam prakteknya harus ditambah dengan komoditi serupa dari impor karena produksi dalam negeri belum mencukupi. Golongan komoditi kedua adalah hasil tanaman

perkebunan misalnya CPO, kopra, kakao, karet, dan kopi diekspor ke negara lain.

4. Intensifikasi, eskstensifikasi, diversifikasi dan rehabilitasi. Menurut Hanafie (2010), untuk mencapai swasembada pangan maka kebijakan yang ditempuh oleh pemerintah selama ini dengan melaksanakan melalui intensifikasi, eskstensifikasi, diversifikasi dan rehabilitasi yang dipadukan dengan kegiatan-kegiatan pembangunan daerah lainnya. Usaha intensifikasi dimaksudkan untuk meningkatkan produktivitas sumber daya alam dari area hutan, pengairan, dan pertanian, baik tanah sawah, sawah pasang surut, tanah kering dan sebagainya. Usaha intensifikasi dilaksanakan dengan memperluas dan meningkatkan mutu dan areal intensifikasi khusus (INSUS), melaksanakan diversifikasi dan rehabilitasi dengan operasi khusus (OPSUS) pada lahan-lahan merjinal dan daerah –daerah minus, memperluas dan meningkatkan mutu dan areal intensifikasi pada lahan-lahan tadah hujan, lahan kering, serta memperluas dan meningkatkan mutu dan areal intensifikasi komoditi pangan daerah baru. Sehubungan dengan itu, usaha-usaha yang dilakukan akan melibatkan perusahaan swasta nasional melalui sistem perkebunan inti rakyat (PIR), khususnya untuk perluasan area baru dan pengembangan pertanian rakyat. Usaha eksistensifikasi daerah dan rawa, dan peluasan area baru dan pengembangan pertanian rakyat. Usaha ekstensifikasi ini terutama untuk menunjang pemukiman kembali dan transmigrasi. Upaya diverifikasi untuk mendorong keanekaragaman usaha dan komoditi di suatu wilayah seoptimal mungkin sesuai dengan potensi sumber daya, sumber daya lingkungan, termasuk daerah-daerah rawan. Usaha rehabilitasi ini terutama untuk pemulihan kemampuan berproduksi tanaman keras dengan menggunakan varietes-varietes unggul, sedangkan untuk daerah rawan atau daerah miskin akan dipadukan dengan usaha-usaha sektor lainnya, seperti kesehatan, gizi, dan sebagainya.
5. Kebijakan Subsidi. Menurut Hanafie (2010), subsidi di artikan sebagai pembayaran sebagian harga oleh pemerintah sehingga harga dalam negeri lebih rendah daripada biaya rata-rata pembuatan suatu komoditi atau harga internasional. Ada 2 macam subsidi, yaitu subsidi

harga produksi dan subsidi harga factor produksi. Subsidi harga produksi melindungi konsumen dalam negeri, artinya konsumen dalam negeri dapat membeli barang yang harganya lebih rendah daripada biaya rata-rata pembuatannya atau harga internasionalnya. Subsidi harga factor produksi bertujuan untuk melindungi produsen dalam negeri dan dilakukan untuk meningkatkan produksi dalam negeri. Bentuk subsidi harga factor produksi dapat berupa biaya angkut factor produksi ke pelosok atau perbedaan tingkat bunga bank dalam pengambilan kredit. Di samping bertujuan untuk melindungi produsen dan konsumen, kebijakan subsidi juga bertujuan untuk memperluas lapangan kerja dan meningkatkan produksi komoditas tertentu untuk mengurangi ketergantungan pada impor.

6. Kebijakan Investasi. Kebijakan investasi di Indonesia dikeluarkan oleh Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) dengan dukungan dari departemen – departemen teknik terkait. BKPM menetapkan skala prioritas untuk usaha tertentu, misalnya pembukaan usaha besar diharapkan menghindari persaingan dengan usaha petani. Penanaman modal asing (PMA) dan penanaman modal dalam negeri (PMDN) yang disetujui oleh BKPM akan mendapatkan fasilitas seperti pembebasan pajak impor untuk alat – alat dan mesin – mesin pertanian yang harus diimpor. Kepada mereka juga diberikan fasilitas pembebasan pajak untuk jangka waktu tertentu.
7. Kebijakan Harga Dasar (*floor price*) dan Harga Atas (*ceiling price*). Pada musim panen, pemerintah perlu menetapkan harga dasar khususnya harga dasar gabah dengan tujuan untuk melindungi petani padi sawah. Harga dasar ini akan berpengaruh efektif apabila ditetapkan di atas harga ekuilibrium (harga pasar yang berlaku). Harga dasar yang efektif mengakibatkan kelebihan penawaran sehingga terdapat surplus beras yang tidak terjual. Pada kondisi ini, Bulog harus membeli kelebihan penawaran pada harga dasar yang berlaku dengan sejumlah anggaran tertentu. Berbeda dengan penetapan harga dasar yang bertujuan untuk melindungi produsen, penetapan harga atas atau maksimum tertinggi adalah untuk melindungi konsumen. Pada saat musim paceklik khususnya komoditas beras, hasil produksi pertanian jumlahnya sedikit sehingga jumlah permintaan naik, sedangkan jumlah

penawaran turun maka harga akan naik di atas harga equilibrium (keseimbangan pasar) karena terjadi scarcity (kelangkaan). Oleh karena itu pemerintah untuk menurunkan harga maka menetapkan harga atap atau harga maksimum tertinggi.

8. Harga Perangsang (Price Support). Menurut Hanafie (2010), apabila tidak ada stok nasional dan terjadi kelebihan permintaan (excess demand) di pasar domestik maka pemerintah dapat memenuhi kebutuhan beras dengan 2 cara, yaitu mengimpor atau meningkatkan produksi dalam negeri. Apabila pemerintah mengurangi ketergantungan dari luar negeri dan memilih usaha peningkatan produksi dalam negeri maka salah satu caranya adalah dengan menerapkan harga perangsang (price support). Dengan menerapkan harga perangsang ini pemerintah membeli beras dari produsen dengan harga di atas harga keseimbangan dan menjual kepada konsumen dengan harga di bawah harga keseimbangan.
9. Kebijakan pemasaran. Menurut Hanafie (2010), kebijakan pemasaran diartikan sebagai kegiatan pemerintah untuk mengatur distribusi barang (terutama beras) antar daerah dan/atau antar waktu sehingga di antara harga yang dibayarkan konsumen akhir dan harga yang diterima oleh produsen terdapat margin pemasaran dalam jumlah tertentu sehingga dapat merangsang proses produksi dan proses pemasaran.
10. Kebijakan konsumsi. Untuk mengurangi ketergantungan masyarakat pada pangan beras, pemerintah mengeluarkan kebijakan untuk mempengaruhi pola konsumsi yang tidak menguntungkan ini dengan mengeluarkan Inpres No. 14/1974 tentang penganekaragaman menu makanan rakyat (PMMR) yang kemudian diperbarui dengan Inpres No. 20/1979 tentang perbaikan menu makanan masyarakat yang berdimensikan permintaan terhadap keanekaragaman pangan. Dalam konteks ini, keanekaragaman konsumsi pangan diartikan sebagai pengurangan konsumsi beras yang dikompensasi oleh penambahan konsumsi bahan pangan non beras.

Berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 45 Tahun 2015, Kementerian Pertanian mempunyai tugas menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang pertanian untuk membantu Presiden dalam menyelenggarakan pemerintahan negara. Dalam melaksanakan tugas, Kementerian Pertanian menyelenggarakan fungsi:

1. Perumusan dan penetapan kebijakan di bidang penyediaan prasarana dan sarana pertanian, peningkatan produksi padi, jagung, kedelai, tebu, daging, dan pertanian lainnya, serta peningkatan nilai tambah, daya saing, mutu, dan pemasaran hasil pertanian;
2. Pelaksanaan kebijakan di bidang penyediaan prasarana dan sarana pertanian, peningkatan produksi padi, jagung, kedelai, tebu, daging, dan pertanian lainnya, serta peningkatan nilai tambah, daya saing, mutu, dan pemasaran hasil pertanian;
3. Pelaksanaan bimbingan teknis dan supervisi atas pelaksanaan urusan di bidang penyediaan prasarana dan sarana pertanian, peningkatan produksi padi, jagung, kedelai, tebu, daging, dan pertanian lainnya, serta peningkatan nilai tambah, daya saing, mutu, dan pemasaran hasil pertanian;
4. Pelaksanaan penelitian, pengembangan dan inovasi di bidang pertanian;
5. Penyelenggaraan penyuluhan dan pengembangan sumber daya manusia di bidang pertanian;
6. Koordinasi dan pelaksanaan diversifikasi dan pemantapan ketahanan pangan;
7. Pelaksanaan perkarantina pertanian dan pengawasan keamanan hayati;
8. Pelaksanaan dukungan yang bersifat substantif pada seluruh unsur organisasi di lingkungan Kementerian Pertanian;
9. Pembinaan dan pemberian dukungan administrasi di lingkungan Kementerian Pertanian;
10. Pengelolaan barang milik/kekayaan negara yang menjadi tanggung jawab Kementerian Pertanian; dan
11. Pengawasan atas pelaksanaan tugas di lingkungan Kementerian Pertanian.

Kementerian Pertanian (Kementan) menargetkan peningkatan kesejahteraan petani melalui tiga program strategis. Ketiga program ini adalah penyediaan layanan Kredit Usaha Rakyat (KUR), program Gerakan Tiga Kali Ekspor (Gratieks) dan pembentukan Komando Strategi Pembangunan Pertanian (Kostra Tani). program KUR adalah program strategis yang diperuntukkan untuk meningkatkan kinerja sektor pertanian dari hulu ke hilir melalui akses yang lebih mudah. Program ini diharapkan mampu menopang dan memperkuat potensi pertanian di daerah-daerah. Kementerian Pertanian juga memiliki program penguat melalui Gerakan Tiga Kali Lipat Ekspor (Geratieks). Gerakan ini dibuat sebagai ajakan pemerintah kepada seluruh pemegang kepentingan pembangunan pertanian agar bekerja dengan cara yang tidak biasa. Kementan sudah membentuk kelembagaan Komando Strategi Pembangunan Pertanian (Kostra Tani). Komando ini nantinya akan memperkuat fungsi penyuluh sebagai ujung tombak pemantauan kondisi lapangan di tiap kecamatan. Kementan fokus terhadap upaya peningkatan pertanian on farm dan off farm, terutama pascaproduksi.

Pertanian on farm merupakan proses yang berhubungan langsung dengan budidaya pertanian, seperti menyemai bibit, mengawinkan hewan ternak, memupuk, memberi pakan ternak, mengendalikan hama dan penyakit, panen dan lainnya. Sementara, off farm yaitu proses komersialisasi hasil-hasil budidaya pertanian, seperti pedagang, pengepul dan lain-lain.

C. RANGKUMAN MATERI

Pasar dapat didefinisikan sebagai tempat ataupun terjadinya pemenuhan kebutuhan dan keinginan dengan menggunakan alat pemuas yang berupa barang ataupun jasa, dimana terjadi perpindahan hak milik antara penjual dan pembeli. Sedangkan pasar komoditas pertanian adalah tempat bertemunya demand & supply dalam bargaining antara petani sebagai penjual dan pembeli sebagai konsumen atau perantara (tengkulak, pengumpul, pedagang besar, dan pengecer) sehingga terjadi perpindahan kepemilikan. Struktur pasar terbagi atas dua yaitu pasar persaingan sempurna (*perfect competition market*) dan pasar monopoli. Namun sejalan dengan perkembangannya pasar terbagi atas beberapa bentuk

seperti: pasar persaingan sempurna, pasar persaingan monopolistic, pasar persaingan oligopoly, dan pasar monopoli yang dilakukan oleh penjual atau produsen.

Politik pertanian merupakan sikap dan tindakan pemerintah atau kebijaksanaan pemerintah atau kebijakan pemerintah dalam kehidupan pertanian. Kebijakan pertanian adalah serangkaian tindakan yang telah, sedang, dan akan dilaksanakan oleh pemerintah untuk mencapai tujuan tertentu, seperti memajukan pertanian, mengusahakan agar pertanian menjadi lebih produktif, produksi dan efisiensi produksi naik, tingkat hidup petani lebih tinggi, dan kesejahteraan lebih merata. Untuk mencapai tujuan pemerintah mengeluarkan peraturan-peraturan. Oleh karena itu kebijakan pertanian, terbagi menjadi: Kebijakan harga (price policy), Kebijakan pemasaran (marketing policy) dan Kebijakan struktural (structural policy).

TUGAS DAN EVALUASI

TUGAS

1. Berikan gambaran kondisi pasar pertanian di Indonesia
2. Jelaskan gambaran kebijakan pertanian oleh Kementerian Pertanian saat ini
3. Berikan contoh pasar oligopoly, monopoli dan duopoly. Apakah pasar persaingan sempurna ada saat ini.

EVALUASI

1. Jelaskan definisi pasar, pemasaran dan pasar pertanian menurut beberapa ahli
2. Jelaskan apa yang dimaksud struktur pasar dan pembagian struktur pasar.
3. Jelaskan perbedaan antara kebijakan dan politik pertanian
4. Jelaskan perbedaan antara harga dasar dan harga atap
5. Jelaskan tiga program strategis dari Kementerian Pertanian saat ini

DAFTAR PUSTAKA

- Anindita, R. dan N. Baladina. 2017. Pemasaran Produk Pertanian. Penerbit ANDI. Yogyakarta.
- Gitosudarmo, L. 1997. Manajemen Pemasaran. BPFE. Yogyakarta
- Hanafie, R. 2010. Pengantar Ekonomi Pertanian. Penerbit ANDI. Yogyakarta.
- Kementrian Pertanian Republik Indonesia. Tugas dan Fungsi Kementerian Pertanian. Diakses pada <https://www.pertanian.go.id>. Tanggal 12 Agustus 2022.
- Kementrian Pertanian Republik Indonesia. Tiga Program Kementan Untuk Meningkatkan Produksi dan Kesejahteraan Petani. Diakses pada <https://www.pertanian.go.id>. Tanggal 12 Agustus 2022.
- Kotler dan Armstrong, 1990. Marketing Management (The Millenium Edition). Prentice Hall International, Inc. New Jersey,
- Kotler, P 1988. Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol). Prentice-Hall Inc. New Jersey.
- Monke, E. A and S. R Pearson, 1989. The Policy Analysis Matrix for Agricultural Development. The Cornell University Press. London.
- Mubyarto, 1987. Pengantar Ekonomi Pertanian. LP3ES. Jakarta
- Rahim, A. dan S.R.D. Hastuti, 2007. Pengantar, Teori dan Kasus. Ekonomika Pertanian. Penebar Swadaya. Jakarta
- Snodgrass, M and L.T Wallace, 1977. Agriculture, Economics and Resources Management. Prentice Hall. New Jersey.
- Sudiyono, A. 2004. Pemasaran Pertanian. UMM Press. Malang
- Sukirno, S. 2002. Pengantar Teori Mikro Ekonomi. PT. Raja Grafindo Perkasa. Jakarta.
- Widodo, R. 2000. Pertanian dan Pangan: Bunga Rampai Pemikiran Menuju Ketahanan Pangan. Pustaka Sinar Harapan. Jakarta.



EKONOMI PERTANIAN

BAB 8: PASAR DAN KEBIJAKAN PERTANIAN

Nurdiana, S.P., M.Si.

Universitas Negeri Makassar

BAB 8

PASAR DAN KEBIJAKAN PERTANIAN

A. PENGERTIAN PASAR

Pasar merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli. Dalam ilmu ekonomi pengertian pasar lebih luas daripada hanya sekedar tempat pertemuan antara penjual dan pembeli untuk mengadakan transaksi jual beli-barang/jasa. Pasar mencakup keseluruhan permintaan dan penawaran, seluruh kontak atau interaksi antara penjual dan pembeli untuk mempertukarkan barang dan jasa (Indrawati & Yovita, 2014).

Pasar mempunyai pengertian yang beragam, adapun pengertian pasar menurut beberapa ahli dalam (Kharisma, 2014):

- a. Pasar menurut Stanton (1984:92) adalah tempat dimana pembeli bertemu dengan penjual, barang-barang atau jasa-jasa ditawarkan untuk dijual dan kemudian terjadi pemindahan hak milik dan juga didefinisikan sebagai permintaan yang diajukan oleh sekelompok pembeli yang potensial untuk sebuah produk atau jasa.
- b. Sedangkan menurut Belshaw (1981), pasar merupakan suatu sistem yang menghasilkan peraturan harga-harga dengan sendirinya. Pengaturan ini terjadi melalui interaksi antara pembeli dan penjual, yang bertindak tanpa pandang bulu, artinya tanpa memandang kekerabatan, status, perasaan, atau faktor lain diluar kedudukannya sebagai pembeli dan penjual.
- c. Pasar menurut Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah adalah lembaga ekonomi dimana para pembeli dan penjual baik secara langsung maupun tidak langsung dapat melakukan transaksi perdagangan barang dan jasa. Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa pasar adalah tempat transaksi antara penjual dan pembeli secara langsung maupun tidak langsung dimana terdapat pengaturan harga tanpa pandang bulu.

- d. Menurut Said Sa'ad Marthon bahwa pasar adalah sebuah mekanisme yang dapat mempertemukan pihak penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi atas barang dan jasa; baik dalam bentuk produksi maupun penentuan harga. Sedangkan syarat utama terbentuknya pasar adalah adanya pertemuan antara pihak penjual dan pembeli baik dalam satu tempat ataupun dalam tempat yang berbeda. Pasar juga merupakan elemen ekonomi yang dapat mewujudkan kemaslahatan dan kesejahteraan hidup manusia.

Secara umum pasar dapat diklasifikasikan ke dalam tiga kategori, antara lain sebagai berikut:

- a. Pasar tradisional merupakan pasar dengan area jual beli yang dikembangkan dengan area jual beli yang dikembangkan dan dikelola secara resmi oleh PEMDA dimana aktivitas tersebut hanya didukung oleh jumlah sarana serta tingkat kenyamanan yang relatif secukupnya. Ditambahkan pula bahwa pasar tradisional sebagai pusat kegiatan sosial ekonomi kerakyatan, dengan demikian pola hubungan ekonomi yang terjadi di pasar tradisional menghasilkan terjalinnya interaksi sosial yang akrab antara pedagang-pembeli, pedagang-pedagang, dan pedagang pemasok yang merupakan warisan sosial representasi kebutuhan bersosialisasi antar individu,
- b. Pasar modern yaitu pasar dengan jual beli berbagai jenis barang yang dikelola secara terpadu dan pada umumnya menerapkan pasar swalayan. Karakteristik yang terpenting dari pola pasar ini adalah adanya pengelolaan modern seperti manajemen, teknologi, serta promosi yang agresif, disamping tersedianya sarana belanja umum yang mewah, teratur, bersih, dan nyaman. Pasar swalayan (supermarket), department store, pusat perbelanjaan seperti mall dan plaza termasuk dalam kategori pasar ini,
- c. Pasar informal, merupakan pasar dengan area jual beli yang menempati lokasi secara tidak legal, sehingga aktivitas perdagangan yang terjadi berlangsung dalam suasana darurat dan seadanya. Pasar ini tidak memiliki sarana penunjang, pengaturan, maupun kenyamanan berbelanja. Pasar ini biasanya terdapat di sekitar pasar formal, titik keramaian di jalan raya atau wilayah permukiman (Kharisma, 2014).

B. PENGERTIAN KEBIJAKAN PERTANIAN

Menurut Snodgrass & Wallace 1977 dalam (Ikhsani et al., 2020) Kebijakan pertanian merupakan usaha pemerintah untuk mencapai tingkat ekonomi yang lebih baik dan kesejahteraan yang lebih tinggi secara bertahap dan kontinu melalui pemilihan komoditi yang diprogramkan, produksi bahan makanan dan serat, pemasaran, perbaikan structural, politik luar negeri, pemberian fasilitas dan pendidikan (Snodgrass & Wallace, 1977) maupun berupa keputusan dan tindakan pemerintah untuk mengarahkan, mendorong, mengendalikan dan mengatur pembangunan pertanian guna mewujudkan tujuan pembangunan nasional. Secara lebih spesifik kebijakan pertanian diartikan sebagai upaya pemerintah melalui berbagai instrumen dan peraturan untuk meningkatkan produksi dan konsumsi komoditas pertanian.

Selanjutnya, kebijakan pertanian adalah upaya pemerintah untuk mengatur dan mengendalikan aspek pembangunan sektor pertanian dengan tujuan untuk mempertahankan dan meningkatkan produksi pangan. Jika tujuan kebijakan pertanian diterjemahkan ke dalam langkah-langkah konkrit dan diimplementasikan secara konsisten dalam praktik, hasil besar dari tujuan kebijakan pertanian dapat dicapai. Orientasi Kebijakan Pertanian mengkaji kebijakan dan praktik yang telah dikembangkan untuk mencapai tujuan kebijakan pertanian di Indonesia.

Hasil besar tujuan dari kebijakan pertanian tersebut akan mampu terwujud apabila mampu diterjemahkan menjadi langkah konkrit serta dapat dilaksanakan secara konsisten di lapangan. Artinya arah kebijakan pertanian mencoba untuk melihat konsep kebijakan yang dibangun serta praktik untuk mewujudkan tujuan dari kebijakan pertanian (Rose et al., 2019).

Faktor-Faktor Pembangunan Kebijakan Pertanian

Pembangunan pertanian di Indonesia tidak lepas dari pengaruh dan pengaruh faktor eksternal, era globalisasi yang ditandai dengan pembukaan ekonomi dan perdagangan bebas yang menentukan produk mana yang diperdagangkan di pasar bebas. Karena kerentanan pertumbuhan ekonomi terhadap guncangan internal dan eksternal mempengaruhi volatilitas output ekonomi suatu negara, misalnya melalui resesi, langkah-langkah yang tepat perlu diambil untuk memperkuat

ketahanan ekonomi domestik. Indonesia merupakan salah satu negara dengan pertumbuhan ekonomi yang stabil. Pertumbuhan ekonomi yang tidak terkendali akan berdampak buruk terhadap stabilitas makroekonomi Indonesia. Hal ini meningkatkan risiko sistemik, mengurangi investasi, dan menurunkan daya saing perdagangan internasional (Kala et al., 2018).

Faktor eksternal dapat mempengaruhi kebijaksanaan pembangunan pertanian di Indonesia, dan dibutuhkan untuk kesepakatan bersama dalam melakukan usaha di bidang pertanian dan non pertanian. Secara Internasional didukung AFTA, APEC, dan WTO dalam menentukan kebijakan perdagangan untuk komoditas pertanian dan peternakan di negara mitra dagang Indonesia yang didukung oleh lembaga secara nasional maupun internasional. Sub sistem pertanian Indonesia pada masa lalu sangat rendah, mengingat Indonesia dalam usaha pertanian masih bertujuan untuk mencapai tingkat produksi maksimal (Rusdiana, 2021).

Secara umum produk dan teknologi Indonesia telah mampu mengejar dan bersaing dengan negara asing, namun sektor pertanian masih didominasi oleh Vietnam yang lebih produktif dan memiliki hasil pertanian tiga kali lipat. Produk pertanian dan peternakan dapat mengimbangi produk luar negeri sebagai impor. Amerika Serikat, Eropa, Jepang, Malaysia dan Thailand memiliki kemampuan untuk mendominasi agribisnis internasional dan dapat mendominasi sektor agribisnis di masa depan, artinya kita dapat terus menyeimbangkan impor dan ekspor.

C. KEBIJAKAN PEMERINTAH TERHADAP PEMBANGUNAN PERTANIAN DI INDONESIA

Perencanaan pembangunan di Indonesia menggariskan bahwa pembangunan yang ideal adalah pembangunan berbasis kerakyatan sebagaimana yang telah diamanatkan dalam konstitusi UUD 1945. Namun dalam praktiknya, pelaksanaan pembangunan masih jauh dari harapan masyarakat secara keseluruhan. Ini menunjukkan gambaran kehidupan orang-orang yang masih tinggal di tempat yang tidak layak. Tidak ada pekerjaan di kampung halamannya, statistik menunjukkan bahwa jumlah pengangguran masih tinggi, dan banyak orang menderita dari kondisi sosial yang mereka alami, terutama dalam hal pekerjaan, kebutuhan dasar

dan infrastruktur negara dalam mengatasi Khususnya di bidang pertanian, pembangunan suprastruktur masih dinilai sangat buruk (Mulda, 2017).

Kebijakan pertanian di Indonesia setidaknya menempatkan sumber daya manusia yang berkualitas, berkompeten, memiliki kemampuan manajerial dan organisasi sebagai pelaku pembangunan pertanian yang penting. Hal ini tertuang dalam Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2006 tentang Penyuluhan pertanian, perikanan, dan kehutanan. Undang-undang tersebut bertujuan untuk meningkatkan kapasitas para petani dengan menitikberatkan pada penyuluhan terhadap petani yang dapat meningkatkan produksi pertanian (Ikhsani et al., 2020).

Di sisi lainnya kebijakan pertanian di Indonesia dihadapkan pada tren global yakni pertanian berkelanjutan, yaitu pertanian yang menyeimbangkan aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial dari pertanian, menciptakan sistem pertanian yang tangguh dalam jangka panjang (Rose et al., 2019).

Secara spesifik upaya pemerintah untuk mewujudkan pertanian berkelanjutan termuat dalam Undang-Undang No. 41 Tahun 2009 Tentang Perlindungan Lahan Pertanian Pangan Berkelanjutan dan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2019 Tentang Budidaya Pertanian Berkelanjutan. Pertanian berkelanjutan dalam undang-undang tersebut dijelaskan sebagai upaya membangun ketahanan dan kedaulatan pangan untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat dan pengelolaan sumber daya alam hayati dalam memproduksi komoditas pertanian guna memenuhi kebutuhan manusia secara lebih baik dan berkesinambungan dengan menjaga kelestarian lingkungan hidup (Ikhsani et al., 2020).

Di dalam Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2019 Pasal 3, menyebutkan bahwa tujuan dari adanya pertanian berkelanjutan terbagi menjadi tiga golongan yakni meningkatkan dan memperluas penganekaragaman hasil pertanian, guna memenuhi kebutuhan pangan, sandang, papan, kesehatan, industri dalam negeri, dan memperbesar ekspor, meningkatkan pendapatan dan taraf hidup Petani, mendorong perluasan dan pemerataan kesempatan berusaha dan kesempatan kerja. Bila kita cermati, secara konseptual pertanian berkelanjutan berorientasi pada tiga dimensi keberlanjutan yaitu keberlanjutan usaha ekonomi,

keberlanjutan kehidupan sosial manusia, dan keberlanjutan ekologi alam (Ikhsani et al., 2020).

Kebijakan pertanian di Indonesia menitikberatkan pada fungsi ekonomi: diversifikasi, kecukupan konsumsi pangan, dan kesempatan kerja. Kondisi ini menunjukkan bahwa arah pertanian berkelanjutan belum optimal. Jika ini tidak diperhitungkan, upaya untuk meminimalkan kerusakan berkelanjutan pada keanekaragaman hayati dan fungsi ekosistem di pertanian tropis tidak dapat dihindari (Luke et al., 2019).

Pentingnya kebijakan di sektor pertanian tidak hanya berdampak positif bagi kelangsungan hidup petani, tetapi juga bagi ketahanan negara. Oleh karena itu, pengambilan kebijakan sangat penting dalam keberlanjutan sektor pertanian secara berkelanjutan untuk menjaga fungsi lahan pertanian dan untuk menghasilkan produksi pertanian yang lebih berkualitas pada tingkat produksi, investasi dan penerapan teknologi ketahanan pangan pertanian negara (Ikhsani et al., 2020).

Bagi Indonesia, apa pun tantangannya, strategi pembangunan pertanian dapat dikatakan berhasil apabila mampu berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat, sehingga tidak semata berorientasi pada peningkatan produksi fisik sekian macam komoditas pertanian, peternakan, dan perikanan. Kriteria keberhasilan itu seharusnya dapat diukur dari perbaikan tingkat pendapat rumah tangga petani (dan pelaku di sektor lain), peningkatan produktivitas tenaga kerja, serta perbaikan indikator makro seperti pengurangan angka kemiskinan dan pengangguran.

Bagi Bangsa Indonesia, pertanian bukan hanya sebagai kegiatan bercocok tanam untuk menghasilkan bahan pangan. Pertanian merupakan bagian dari budaya sekaligus urat nadi kehidupan sebagian besar masyarakatnya. Oleh karena itu tidaklah berlebihan kalau di katakan bahwa maju mundurnya Bangsa Indonesia sangat bergantung pada keberhasilan dalam membangun sektor pertaniannya.

Pembangunan pertanian bila dilihat dari segi potensinya adalah sesuatu yang sangat luar biasa karena dari hasil pertanian manusia bisa bertahan hidup. Namun yang menjadi persoalan yang kita hadapi adalah kurangnya perhatian pemerintah baik masalah regulasi undang-undang agraria dan pertanahan maupun pada persoalan pengalokasian anggaran

yang belum memadai, selain itu sumber daya manusia yang kurang berkualitas dalam pengelolaan tanah maupun hasil pertanian (Mulda, 2017).

Keberadaan pemerintah serta para stakeholder seperti pedagang atau pengusaha baik di bidang produksi, pascapanen, dan pengolahan hasil serta pemasaran memegang peranan penting dalam pengembangan produksi pangan. Dalam pengembangan komoditas pertanian guna mewujudkan kesejahteraan ekonomi petani yang lebih baik diperlukan kebijakan yang memperhatikan indikator kesejahteraan, pendapatan, produksi, ataupun penguatan sumber daya petani (Dermoredjo, 2016).

Keputusan pemerintah Indonesia untuk masuk ke pasar bebas menuntut pemerintah meningkatkan berbagai potensi ekspor Indonesia, termasuk diantaranya potensi dari sektor pertanian. Pertumbuhan ekspor Indonesia terhadap pertanian dinilai paling konsisten ditinjau dari luas areal lahan dan tingkat produksi. Kebijakan dan intervensi pemerintah secara penuh terus diupayakan untuk mencapai swasembada hasil pertanian, namun penawaran, permintaan, dan harga beras demikian dinamis (Edy et al., 2018).

Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) mengisyaratkan bahwa Indonesia perlu memperkuat sektor pertanian, dan non sektor pertanian, agar target produk pertanian yang dihasilkan mampu mengimbangi produk impor dan ekspor, maka perlu dilakukan pemberdayaan petani dan dukungan kelembagaan yang kuat, untuk meningkatkan produksi pertanian dalam rangka mengimbangi persaingan pasar bebas. Perubahan pasar bebas, berdampak pada situasi perdagangan eksternal dan internal, persaingan perdagangan internasional dan liberisasi yang makin terbuka, menjadikan Indonesia harus bekerja keras, untuk mengimbangi produk impor dan ekspor sektor pertanian serta tenaga kerja (Amam` & Haryono, 2021).

Seiring dengan kecenderungan semakin kuatnya keterkaitan antarnegara dalam perdagangan bebas. Dengan adanya perdagangan bebas akan memberikan kesejahteraan yang lebih baik dibandingkan dengan adanya intervensi pemerintah, di mana volume perdagangan akan meningkat dan keuntungan yang diperoleh negara pengimpor lebih banyak daripada negara pengekspor. Namun demikian, khusus untuk Indonesia masih perlu menjadi pertanyaan apakah memang demikian?

Menurut Masyhuri (1999), salah satu solusi untuk mengatasi perekonomian secara keseluruhan, perlu ada perubahan orientasi dari industri high technology ke industri pertanian dan dari broad base industry ke domestic resources industry (Dermoredjo, 2016).

Lahan pertanian yang sangat luas dan jumlah petani yang besar merupakan potensi bagi Indonesia untuk dapat bersaing dengan negara lain, termasuk juga pertanian organik. Untuk itu, kebijakan yang diterapkan oleh pemerintah hendaknya dapat mendukung dan melindungi petani beras organik dalam negeri.

Permintaan pasar mengenai pertanian organik mencapai 72 miliar USD. Salah satunya permintaan luar negeri terhadap beras organik mencapai 100 ribu ton pertahun. Sedangkan Indonesia hanya mampu mengekspor 9 ribu ton per musim tanam, atau kurang dari 10% dari kebutuhan pasar global. Sebagai pengekskor beras organik, Indonesia masih tertinggal jauh dengan Thailand dan Vietnam, yakni dua negara tetangga Indonesia yang ditetapkan oleh IFOAM sebagai pengekskor utama dunia beras organik dunia Thailand dan Vietnam lebih dahulu melihat potensi pasar produk pertanian organik, sehingga strategi pengembangan produksi ataupun aturan-aturan terkait dengan produk beras organik telah lebih maju (Jakiyah et al., 2016).

Memanfaatkan peluang ekspor beras organik yang terus meningkat merupakan komitmen Pemerintah Indonesia, dan ekspor beras organik Tasikmalaya merupakan kasus empiris menarik sebagai pembelajaran bagi pemerintah dalam usaha meningkatkan daya saing beras organik. Hubungan kausalitas yang terjadi antara ekspor produk beras organik Tasikmalaya dan kebijakan pemerintah setempat dengan demikian merupakan masukan penting untuk penyusunan kebijakan peningkatan ekspor beras organik Indonesia yang lebih menyeluruh. Penelitian dan pemahaman yang mendalam tentang hal tersebut jelas sangat relevan, dan perlu dilakukan sebagai usaha untuk mengetahui dampak dari suatu kebijakan terhadap usaha tani beras organik (Jakiyah et al., 2016).

D. KEBIJAKAN IMPOR KOMODITAS PANGAN YANG MEMARGINALKAN PETANI

Menurut (Dewi, 2014) adalah fakta bahwa pasar pertanian kita telah dibanjiri berbagai produk luar negeri. Bukan hanya buah dan sayuran, namun di negeri yang mengaku sebagai produsen tempe ini pun masih mengimpor kedelai sebagai bahan bakunya. Pengakuan swasembada beras yang pernah diraih ternyata tidak mengurangi jumlah impor setiap tahunnya. Negara yang sebagian besar penduduknya menggantungkan hidupnya di sektor pertanian ini seakan-akan tidak pernah mampu menjadi produsen utama yang dapat memenuhi kebutuhan pangan dalam negeri, dan menjadi produsen yang memiliki daya tawar terhadap harga komoditasnya. Sepertinya tidak ada lagi tempat bagi petani negeri ini untuk menjadi pemilik pasar pertanian di negerinya sendiri. Tidak ada perhatian terhadap mereka, tidak ada perlindungan apalagi bantuan yang signifikan untuk para petani yang sebenarnya sangat berperan dalam membangun negeri.

Secara ringkas posisi petani saat ini adalah: (1) produsen bahan pangan murah, (2) korban kebijakan fiskal yang memarginalkan petani, (3) pengaman inflasi dengan memurah-murahkan harga pangan, (4) menjadi bempes ketenagakerjaan ketika pemerintah tidak mampu menyediakan lapangan kerja.

Penetapan harga dasar gabah telah dilaksanakan pemerintah sejak lama, dan selama ini dirasakan cukup efektif. Namun pada tahun-tahun terakhir, kasus harga dasar gabah banyak muncul. Pasar yang terbuka dengan harga luar negeri yang murah dan tarif impor yang tidak efektif adalah tidak mungkin harga dasar diamankan, kecuali dengan menyerap seluruh surplus beras di pasar dunia. Karena dengan harga dasar yang lebih tinggi dari harga luar negeri aliran masuk dari pasar dunia ke pasar domestik tidak terbendung.

Efek besar yang ditimbulkan dari arus beras impor adalah harga beras dalam negeri akan tertekan rendah karena menyesuaikan dengan harga beras dunia. Disamping itu aktifitas perdagangan beras antar daerah dan antar waktu menurun karena sumber suplainya lebih terbuka. Pedagang dapat memilih sumber beras dari impor atau domestik sesuai dengan yang

menguntungkan sehingga tidak harus melakukan penumpukan stok secara berlebihan karena beras setiap saat mudah diperoleh (Dewi, 2014).

Selain itu, dalam sistem distribusi, tidak dapat di pungkiri bahwa biaya transportasi merupakan komponen yang relatif mahal di Indonesia. Sumber tanaman pangan yang sebagian besar terkonsentrasi di Indonesia bagian barat mengakibatkan biaya transportasi untuk mendistribusikan bahan pangan ke seluruh pelosok negeri menjadi tinggi. Masih ditambah lagi dengan kondisi infrastruktur jalan yang buruk menambah biaya tambahan dalam proses distribusi (Dewi, 2014).

Karakter petani saat ini masih belum banyak berubah, kepemilikan lahan petani rata-rata sempit, menggunakan teknologi sederhana serta modal usaha tani yang terbatas. Keterbatasan modal tersebut karena hasil produksi pertanian tidak seberapa banyak, namun biaya usaha tani yang dikeluarkan sangat tidak sebanding dengan harga jual gabah tingkat petani. Subsidi yang selama ini diberikan tidak tepat sasaran, karena lebih banyak dinikmati oleh mereka yang bukan petani kecil, seperti subsidi pupuk yang lebih menguntungkan para pedagang dan petani besar. Bangunan irigasi banyak yang rusak, mestinya merupakan kewajiban negara untuk membangun dan memperbaikinya, tapi pada kenyataannya banyak petani yang harus berswadaya (Dewi, 2014).

Kondisi-kondisi tersebut masih diperparah lagi ketika musim panen harga gabah anjlok, akibat dari ketidakmampuan kebijakan stabilisasi harga dan rendahnya harga pembelian gabah di tingkat petani. Untuk menekan laju inflasi, petani pula yang harus dikorbankan, karena pemerintah harus mengusahakan pemenuhan kebutuhan pangan penduduk dengan memurah-murahkan harga beras sehingga rakyat masih mampu membeli. Kebijakan tersebut tentu saja melemahkan posisi tawar petani dan memperlemah nilai tukar sektor pertanian. Dengan kondisi seperti itu, bagaimana petani dapat meningkatkan produksinya? Namun kurangnya produksi pangan nasional akan dijawab pemerintah dengan usaha instan (impor).

E. KEBIJAKAN PERTANIAN DI INDONESIA DALAM MENGHADAPI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0

Dalam menghadapi perkembangan revolusi industri saat ini terdapat tantangan yang menanti terlebih lagi pada penggunaan teknologi pertanian. Menurut Handaka (2013) tantangan pertanian di masa yang akan mendatang ialah berawal dari permintaan kebutuhan pangan, pakan, serat dan energi dalam hal: jumlah, kualitas, keragaman, aksesibilitas dan distribusi, yang kemudian yang menjadi tantangan dari penerapan teknologi terdapat pada penguasaan wawasan teknologi dan sumber daya alam yang semakin lama semakin sempit.

Teknologi memiliki peran penting dalam pengembangan produktivitas pertanian, mengingat pertanian di Indonesia memiliki karakteristik yang sulit dalam perluasan lahan pertanian Namun sangat disayangkan bahwa petani tidak menggunakan teknologi yang telah dibuat, karena teknologi sendiri tidak akan berfungsi apabila petani tidak memanfaatkan teknologi tersebut dengan baik (Fatchiya et al., 2016).

Alokasi penerapan teknologi Indonesia dapat dikatakan masih minim dalam progres perubahan pertanian yang lebih optimal guna mengikuti arus perkembangan era Revolusi Industri 4.0 saat ini. Dilihat dari konseptualisasi pada pembahasan kebijakan pertanian, bahwa teknologi pertanian Indonesia masih menggunakan teknologi rekayasa genetic sebagai teknologi media tanam, namun apabila dibandingkan dengan negara lain jauh berbeda pada konseptualisasi penggunaan teknologi dalam perkembangan mengikuti arus Revolusi Industri. Akses terhadap teknologi pertanian menjadi hal yang sangat penting demi kelangsungan usaha tani. Informasi teknologi pertanian yang memadai dan tepat waktu yang didukung oleh informasi terkait lainnya dapat digunakan sebagai dasar dalam strategi penguasaan pasar dan perencanaan untuk pengembangan usaha tani lebih lanjut (Gartina, 2015).

Mengejar arus perkembangan era revolusi industri 4.0 ini, menjadikan sebuah tuntutan secara tidak langsung bagi masyarakat Indonesia. Arus perkembangan teknologi yang semestinya sudah terjadi namun melihat kondisi alam tidak begitu mendukung. Peran kebijakan teknologi ini akan membantu dalam pemanfaatan teknologi pertanian di Indonesia yang saat ini masih dalam kondisi anakronis atau ketidaksesuaian pada ruang

lingkup masyarakat. Kurangnya implementasi tersebut dipicu oleh adanya faktor lahan pertanian yang tidak memadai. Selain itu, walaupun telah banyak teknologi yang disebarakan kepada petani kecil melalui program pemerintah, pada kenyataannya banyak yang bermasalah. Teknologi yang dikenalkan dan disosialisasikan kepada petani kecil tidak dimanfaatkan secara berkelanjutan. Kontribusi teknologi pascapanen dalam meningkatkan produktivitas, kualitas produk, dan nilai tambah saat ini masih menghadapi permasalahan dalam implementasinya (Ikhsani et al., 2020).

Arah kebijakan pertanian dilihat dari keterkaitan kebijakan tentang pertanian dalam berbagai level hirarki, politik kebijakan anggaran di sektor pertanian, pertanian dalam politik ruang kota, dan tantangan pemanfaatan teknologi pertanian menunjukkan kesenjangan konseptual antara tujuan kebijakan dengan praktik di lapangan. Ditemukan beberapa konten kebijakan yang berbeda dengan konsep teoritis. Tidak adanya persamaan persepsi arah kebijakan pertanian antara pemerintah pusat dengan pemerintah daerah mengancam keberlangsungan lahan pertanian. Rendahnya keberpihakan pemerintah terhadap perlindungan sektor pertanian dapat dilihat dari tingginya investasi di sektor industri menyebabkan terjadinya alih fungsi lahan pertanian. Di level pemerintah daerah, rendahnya alokasi anggaran APBD pada sektor pertanian dan meningkatnya industrialisasi di daerah mengancam keberlangsungan dan ketersediaan lahan pertanian. Rendahnya pemanfaatan teknologi pertanian dan tidak adanya pemanfaatan informasi pertanian secara terpadu (big data) menyebabkan arah kebijakan pertanian di Indonesia terlihat berjalan secara sporadis (Ikhsani et al., 2020).

Menelisik kebijakan untuk pengembangan sektor pertanian diperlukan pertimbangan yang sesuai dengan kondisi permasalahan di masing-masing daerah. Wilayah satu dengan wilayah yang lain tidak memiliki permasalahan yang sama sehingga diperlukan adanya pengkajian tentang alur kebijakan agar dapat sesuai dengan peruntukannya yaitu untuk mengatasi dan memberikan solusi atas permasalahan dalam sektor pertanian. Setiap daerah agar membuat kebijakan yang tidak harus sama namun disesuaikan dengan permasalahan yang terjadi. Dapat pula agar pemerintah memberikan kebijakan pertanian untuk mengatasi

permasalahan yang sedang dihadapi dengan mengadopsi kebijakan yang sesuai dengan permasalahan sektor pertanian di Indonesia. Sehingga sangat penting bagi pemerintah daerah untuk memprioritaskan dalam pembuatan kebijakan dalam rangka untuk pengembangan pertanian di Indonesia (Ikhsani et al., 2020).

Jadi, kebijakan yang dibuat agar lebih difokuskan untuk menjadikan pertanian berkelanjutan dengan mengikuti aspek teknologi. Selain itu perlunya pemerintah untuk melakukan sosialisasi di berbagai terhadap masyarakat khususnya petani bahwa pentingnya untuk mengikuti segala pemanfaatan dan upaya pengolahan dengan menggunakan metode yang sudah mengarah pada pertanian berkelanjutan dengan memanfaatkan teknologi. Oleh karena itu, tantangan dari adanya teknologi sendiri terjadi karena tingkatan kesadaran masyarakat petani sendiri tentang penguasaan teknologi.

F. RANGKUMAN MATERI

1. Pasar merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli. Dalam ilmu ekonomi pengertian pasar lebih luas daripada hanya sekedar tempat pertemuan antara penjual dan pembeli untuk mengadakan transaksi jual beli-barang/jasa. Pasar mencakup keseluruhan permintaan dan penawaran, seluruh kontak atau interaksi antara penjual dan pembeli untuk mempertukarkan barang dan jasa. Secara umum pasar dapat diklasifikasikan ke dalam tiga kategori, antara lain sebagai berikut:
 - a. Pasar tradisional
 - b. Pasar modern
 - c. Pasar informal
2. Kebijakan pertanian merupakan sebagai upaya pemerintah melalui berbagai instrumen dan peraturan untuk meningkatkan produksi dan konsumsi komoditas pertanian. Arah kebijakan pertanian mencoba untuk melihat konsep kebijakan yang dibangun serta praktik untuk mewujudkan tujuan dari kebijakan pertanian.
3. Pembangunan pertanian di Indonesia tidak lepas dari faktor eksternal, era globalisasi yang ditandai dengan pembukaan ekonomi dan perdagangan bebas yang menentukan produk mana yang

diperdagangkan di pasar bebas. Faktor eksternal dapat mempengaruhi kebijakan pembangunan pertanian di Indonesia, dan dibutuhkan untuk kesepakatan bersama dalam melakukan usaha di bidang pertanian dan non pertanian.

4. Kebijakan pertanian di Indonesia setidaknya menempatkan sumber daya manusia yang berkualitas, berkompeten, memiliki kemampuan manajerial dan organisasi sebagai pelaku pembangunan pertanian yang penting. Hal ini tertuang dalam Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2006 tentang Penyuluhan pertanian, perikanan, dan kehutanan. Undang-undang tersebut bertujuan untuk meningkatkan kapasitas para petani dengan menitikberatkan pada penyuluhan terhadap petani yang dapat meningkatkan produksi pertanian. Kebijakan pertanian di Indonesia menitikberatkan pada fungsi ekonomi: diversifikasi, kecukupan konsumsi pangan, dan kesempatan kerja. Kondisi ini menunjukkan bahwa arah pertanian berkelanjutan belum optimal.
5. Secara ringkas posisi petani saat ini adalah: (1) produsen bahan pangan murah, (2) korban kebijakan fiskal yang memarginalkan petani, (3) pengaman inflasi dengan memurah-murahkan harga pangan, (4) menjadi bemberi ketenagakerjaan ketika pemerintah tidak mampu menyediakan lapangan kerja.
6. Mengejar arus perkembangan era revolusi industri 4.0 ini, menjadikan sebuah tuntutan secara tidak langsung bagi masyarakat Indonesia. Arus perkembangan teknologi yang semestinya sudah terjadi namun melihat kondisi alam tidak begitu mendukung. Peran kebijakan teknologi ini akan membantu dalam pemanfaatan teknologi pertanian di Indonesia yang saat ini masih dalam kondisi anakronis atau ketidaksesuaian pada ruang lingkup masyarakat. Kebijakan yang dibuat agar lebih difokuskan untuk menjadikan pertanian berkelanjutan dengan mengikuti aspek teknologi. Selain itu perlunya pemerintah untuk melakukan sosialisasi di berbagai terhadap masyarakat khususnya petani bahwa pentingnya untuk mengikuti segala pemanfaatan dan upaya pengolahan dengan menggunakan metode yang sudah mengarah pada pertanian berkelanjutan dengan memanfaatkan teknologi. Oleh karena itu, tantangan dari adanya

teknologi sendiri terjadi karena tingkatan kesadaran masyarakat petani sendiri tentang penguasaan teknologi.

TUGAS DAN EVALUASI

1. Jelaskan pengertian dari kebijakan pertanian?
2. Kebijakan pertanian di Indonesia dihadapkan pada tren global yakni pertanian berkelanjutan. Jelaskan apa yang dimaksud dengan pertanian berkelanjutan?
3. Kemukakan bunyi dari Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2019 Pasal 3?
4. Kebijakan pertanian di Indonesia menitikberatkan pada fungsi ekonomi. Jelaskan!
5. Mengapa pengambilan kebijakan dalam sektor pertanian ini perlu untuk dilakukan?
6. Kebijakan pertanian apa yang telah dilaksanakan di Indonesia dalam menghadapi era revolusi industri 4.0?

DAFTAR PUSTAKA

24(1), 121–132.

2664.13280

4.0. Jurnal Administrasi Dan Kebijakan Publik, 5(2), 134–154.

A. L., Ationg, M., Mitchell, S. L., Vairappan, C. S., & Struebig, M. J. (2019). Riparian

Agriculture on the Free. Jurnal AGRIOVET, Vol.4(No.1).

Amam, A., & Haryono, H. (2021). Pertambahan bobot badan sapi impor Brahman Cross

and Labor Force on Economic Growth in Indonesia. Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan

BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN PERTANIAN. Informatika Pertanian,

buffers in tropical agriculture: Scientific support, effectiveness and directions for

Dermoredjo, S. K. (2016). Analisis Kebijakan Pengembangan Padi, Jagung, dan Kedelai di

Dewi, D. C. (2014). Kebijakan Pertanian Yang Memarjinalkan Petani Dan Meruntuhkan

Fatchiya, A., Amanah, S., & Kusumastuti, Y. I. (2016). Penerapan Inovasi Teknologi

Gartina, D. (2015). DISEMINASI INOVASI TEKNOLOGI PERTANIAN MELALUI PORTAL WEB

heifers dan steers pada bobot kedatangan yang berbeda. Jurnal Ilmu Peternakan

<https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2018.11.001>

<https://doi.org/10.25077/jakp.5.2.134-154.2020>

<https://doi.org/10.33373/jtp.v1i2.1061>

Ikhsani, I. I. I., Tasya, F. E., Sihidi, I. T., Roziqin, A., & Romadhan, A. A. (2020). Arah

Indonesia dalam Menghadapi Perdagangan Bebas ASEAN. Analisis Kebijakan

- Indrawati, T., & Yovita, I. (2014). ANALISIS SUMBER MODAL PEDAGANG PASAR
- J. M., Nicholas-Davies, P., Twining, S., & Dicks, L. V. (2019). Integrated farm
- Jakiyah, U., Baga, L. M., & Tinaprilla, N. (2016). Dampak Kebijakan Pemerintah Terhadap
- Jurnal Penyuluhan, 12(2), 190.
<https://doi.org/10.25015/penyuluhan.v12i2.12988>
- Kala, G., Masbar, R., & Syahnur, S. (2018). The Effect of Exchange Rate, Inflation, Capital
- Kebijakan Sektor Pertanian di Indonesia untuk Menghadapi Era Revolusi Industri
- Kedaulatan Pangan. Publisia Jurnal Ilmu Administrasi Publik, 18(1), 44–58.
- Kegiatan Perdagangan Komoditas Pertanian Pasar Projo. Jurnal Wilayah Dan
- Kharisma, E. (2014). Rantai Pasar Komoditas Pertanian dan Dampaknya Terhadap
- Lingkungan, 2(1), 25. <https://doi.org/10.14710/jwl.2.1.25-42>
- Luke, S. H., Slade, E. M., Gray, C. L., Annammala, K. V., Drewer, J., Williamson, J., Agama, management for sustainable agriculture: Lessons for knowledge exchange and
- Market and The Welfare of Rice Producers and Consumers in Indonesia. Jurnal Ilmu
- Mulda, R. (2017). Konsep dan Arah Kebijakan Pemerintah dalam Pembangunan Perdagangan, 10(1), 129–146.
<https://doi.org/10.30908/bilp.v10i1.34>
- Pertanian dan Hubungannya dengan Ketahanan Pangan Rumah Tangga Petani.
- Pertanian di Indonesia. Jurnal Trias Politika, 1(2), 26–35.
- Pertanian Indonesia, 23(2), 93–100. <https://doi.org/10.18343/jipi.23.2.93>
- Pertanian, 12(1), 51. <https://doi.org/10.21082/akp.v12n1.2014.51-68>
- policy. Journal of Applied Ecology, 56(1), 85–92.
<https://doi.org/10.1111/1365-policy>. Land Use Policy, 81(February), 834–842.
- Publik Indonesia, 5(1), 35–50.

Rose, D. C., Sutherland, W. J., Barnes, A. P., Borthwick, F., Ffoulkes, C., Hall, C., Moorby, C.,
Rusdiana, A. dan S. (2021). Pertanian Indonesia Dalam Menghadapi Indonesian
Siswanto, E., Marulitua Sinaga, B., & Harianto, . (2018). The Impact of Rice Policy on Rice
Terapan, 4(2), 104–109. <https://doi.org/10.25047/jipt.v4i2.2357>
TRADISIONAL DI KOTA PEKANBARU Toti. Jurnal Ekonomi, 22(1), 1–8.
Usaha Tani Beras Organik Di Provinsi Jawa Barat. Buletin Ilmiah Litbang



EKONOMI PERTANIAN

BAB 9: PASAR DAN KEBIJAKAN PEMERINTAH

Ir. Arief Rahman Hakim, M.Si & Wanda Kristini, S.P.

Universitas PGRI Palangka Raya

BAB 9

PASAR DAN KEBIJAKAN PEMERINTAH

A. PENDAHULUAN

Pasar dan kebijakan pemerintah merupakan bahasan penting dalam ekonomi pertanian. Pasar merupakan media interaksi produsen dan konsumen dimana proses pertukaran barang dan jasa serta pembentukan harga satu komoditi terjadi. Secara umum, pasar akan membantu menemukan berbagai jawaban dari tiga pertanyaan kunci, antara lain: (1) Apa yang seharusnya diproduksi; (2) Berapa banyak produk yang seharusnya diproduksi; (3) untuk siapa produk tersebut diproduksi.

Namun pasar tidak selalu memberikan distribusi yang adil. Seperti yang dinyatakan Keynes bahwa pasar akan menyediakan barang bagi yang mempunyai uang, bukan mereka yang membutuhkan (Samuelson dan Nordhaus, 2009). Fenomena ini sering disebut sebagai “kegagalan pasar (market failure) yang mengundang campur tangan pemerintah dalam bentuk kebijakan pemerintah (*government policy*). Namun demikian, upaya pemerintah untuk men-distorsi pasar ini juga sering berakhir dengan kisah pahit, yang disebut sebagai kegagalan pemerintah (*government failure*).

Bagian ini akan membahas mekanisme pasar pada produk-produk pertanian serta beberapa kebijakan pemerintah untuk melakukan campur tangan dalam mekanisme pasar tersebut dilengkapi beberapa penelitian tentang dampak kebijakan tersebut di lapangan.

B. PASAR PRODUK PERTANIAN

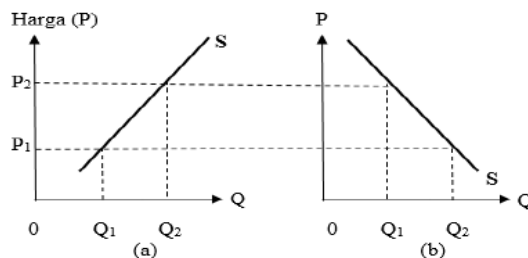
Pasar dalam pengertian tradisional adalah “tempat” pertemuan antara penjual dan pembeli. Kata tempat harus diberi tanda petik karena menunjukkan kata tersebut mengacu pada bentuk fisik. Dalam pengertian ekonomi, pasar tidak selalu berbentuk fisik meskipun interaksi antara penjual/produsen dengan pembeli/konsumen tetap terjadi.

Samuelson dan Nordhaus (2009) menyatakan bahwa pasar merupakan tempat dimana penjual dan pembeli melakukan interaksi, melakukan pertukaran barang, jasa atau asset serta menentukan harga. Semua hal ada pasarnya. Peran sentral pasar adalah menentukan harga (barang, jasa dan asset). Harga merupakan nilai suatu barang, jasa dan asset yang dinyatakan dengan uang. Lebih lanjut, harga merepresentasikan nilai pertukaran dari suatu barang. Misalnya 1 kg bawang merah berharga Rp. 50.000,- sementara 1 kg tomat bernilai Rp. 10.000,- maka nilai pertukaran bawang merah dan tomat adalah 1 : 5 (1 berbanding 5).

1. Pembentukan Harga dalam Pasar Produk Pertanian

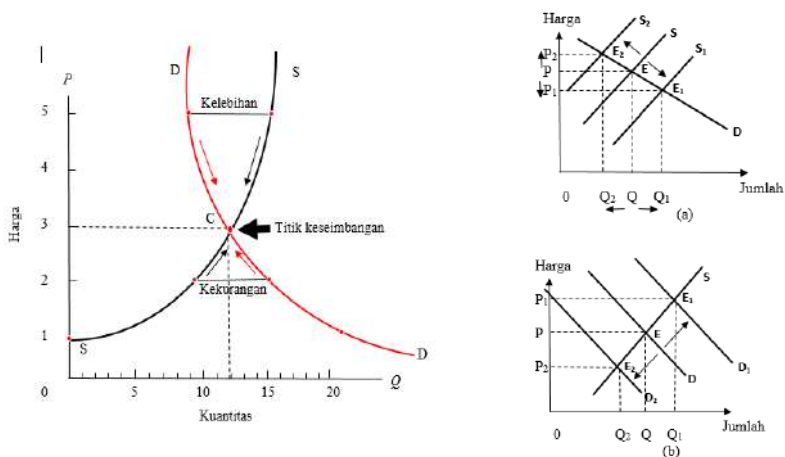
Bagaimana pasar menentukan harga barang, jasa atau asset? Secara alamiah, pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli secara langsung (face to face) dan keduanya melakukan tawar menawar. Sang Penjual akan menjual barangnya jika tidak lagi menemukan pembeli yang mau membeli barangnya dengan harga yang lebih mahal, sementara Sang Pembeli akan membeli barang tersebut karena tidak dapat menemukan penjual yang menjual barang lebih murah. Kondisi ini disebut sebagai transaksi sukarela.

Samuelson dan Nordhaus (2009) serta Abdul Rahim dkk. (2012) menyajikan penentuan harga pada suatu pasar terbuka dengan menggunakan model kurva penawaran dan kurva permintaan (Gambar 6.1.).



Gambar 6.1.
Kurna Penawaran (kiri) dan Kurva Permintaan

Harga pasar ditentukan oleh interaksi antara kurva penawaran pihak penjual (a) dengan kurva permintaan oleh pembeli (b). Hukum penawaran menyatakan bahwa jika harga naik (dari P_1 ke P_2) maka jumlah barang yang ditawarkan juga naik (dari Q_1 ke Q_2) dan sebaliknya. Sementara kurva permintaan bergerak dengan arah sebaliknya, dimana kenaikan harga (dari P_1 ke P_2) akan menyebabkan penurunan jumlah barang yang diminta (dari Q_2 ke Q_1) dan sebaliknya. Kurva penawaran dari penjual dan kurva permintaan dari pembeli akan bertemu dan membentuk titik keseimbangan sebagaimana diilustrasikan pada gambar 6.2.



Gambar 6.2.
Keseimbangan Penawaran dan Permintaan

Pada pertemuan kurva penawaran dan kurva permintaan terjadi titik keseimbangan (equilibrium point) pada titik C, dimana pada titik ini terjadi kesepakatan antara penjual dan pembeli tentang jumlah barang dipertukarkan beserta harganya. Oleh satu sebab tertentu, bisa saja terjadi pergeseran kurva penawaran (a) atau pergeseran kurva permintaan (b) yang menyebabkan perubahan titik keseimbangan, namun pada jangka panjang akan kembali ke titik keseimbangan kembali.

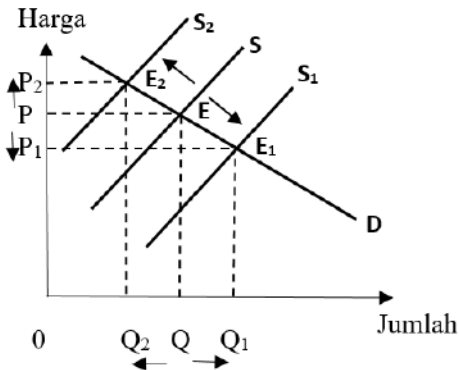
Misalnya terjadi kondisi kelebihan (surplus) dimana jumlah barang yang ditawarkan lebih besar dari jumlah barang yang diminta, maka pasar akan melakukan penyesuaian. Penjual akan mengurangi produksinya dan pembeli pun juga akan menambah konsumsinya sehingga secara perlahan titik keseimbangan akan kembali ke titik C. Demikian halnya pada kondisi kekurangan (shortage), dimana jumlah barang yang ditawarkan penjual lebih sedikit dari jumlah barang yang diminta pembeli, maka secara bertahap penjual akan menambah produksinya dan pembeli pun akan mengurangi konsumsi dan secara perlahan titik keseimbangan akan kembali ke titik C. Dalam analisis pasar produk pertanian ada 2 hal yang mempengaruhi proses pembentukan harga dan keseimbangan pasar yang harus diperhatikan, yakni kekhasan produk pertanian dan kegagalan pasar.

2. Ciri Khas Produk Pertanian

Produk pertanian mempunyai sifat dan karakteristik khusus yang dapat mempengaruhi dan mengganggu terbentuknya keseimbangan harga. Gangguan ini disebut dengan distorsi. Distorsi tidak selalu berkonotasi negative karena ada gangguan atau distorsi yang dilakukan untuk memperbaiki pasar (bagian ini akan dibahas pada bagian lain dari bab ini). Beberapa karakteristik khusus produk pertanian yang dapat men-distorsi pasar antara lain:

a. Produksi pertanian bersifat musiman

Sudah jamak diketahui bahwa produksi pertanian dipengaruhi oleh musim. Implikasinya pada keseimbangan harga pasar adalah harga sangat murah pada musim panen dan menjadi sangat mahal pada saat paceklik.



Gambar 6.3.

Keseimbangan Harga saat Panen dan Paceklik

Pada saat panen, penawaran (*supply*) barang sangat melimpah, kurva penawaran bergeser ke kanan (dari S ke S_1) sementara permintaan cenderung konstan, akibatnya harga turun (dari P ke P_1). Sebaliknya pada musim paceklik persediaan barang turun, kurva penawaran bergeser ke kiri (dari S ke S_2) sehingga harga barang akan naik (dari P ke P_2).

Baik penjual (petani) maupun pembeli tidak bisa melakukan penyesuaian dengan segera. Petani tidak bias menyesuaikan jumlah barang yang ditawarkan secara cepat dan pembeli pun tidak dapat merubah jumlah konsumsinya secara signifikan dalam jumlah yang besar.

Kemajuan teknologi pertanian dewasa ini telah mampu mengurangi dampak permasalahan ini. Saat ini telah tersedia bibit unggul berusia pendek untuk mengurangi dampak paceklik. Lima puluh tahun yang lalu, jarak antara masa panen dan paceklik selama 12 bulan karena panen padi hanya sekali setahun, namun sekarang panen padi terjadi setiap 4 bulan sekali sehingga distorsi harga saat panen dan paceklik dapat dikurangi.

Para ahli pertanian juga telah menemukan teknologi untuk menanam padi, jagung, sayuran, buah-buahan serta komoditi lainnya di luar musim, melalui perlakuan tertentu, misalnya modifikasi iklim mikro, penemuan bibit yang lebih toleran, penggunaan mulsa, pengaturan waktu tanam dan teknik pemupukan yang spesifik. Berbagai penelitian yang telah dilakukan memberikan hasil yang memuaskan sehingga banyak produk pertanian telah tersedia sepanjang musim.

b. Produk pertanian mudah rusak dan tidak tahan lama

Hasil panen seperti sayuran dan buah-buahan pada umumnya mudah rusak (*perishable*) dan tidak tahan Lama (*undurable*) dan tidak dapat disimpan terlampau lama dalam keadaan segar. Kondisi menyebabkan penjual/petani harus segera menjual produknya sebelum produk tersebut rusak, dan mengalami kerugian. Posisi tawar (*bargaining power*) petani menjadi lemah di hadapan pembeli sehingga kemampuan untuk menentukan harga lebih didominasi oleh pembeli.

Teknik pembungkusan dan pengemasan telah dikembangkan untuk mengatasi masalah ini sehingga sekarang berbagai sayuran dan buah dapat dipindahkan dengan aman dan mudah ke lain tempat, lain daerah bahkan lain benua. Perkembangan yang menakjubkan justru terjadi dengan pengembangan jejaring (*network*) antara petani dengan pembeli. Kemajuan teknologi informasi memungkinkan petani untuk menjangkau pembeli dari berbagai negara sehingga transaksi dan kesepakatan harga telah tercapai sebelum produk di panen. Sistem ini mirip dengan sistem ijon, namun pada hakekatnya sangat berbeda. Sistem ijon modern ini menempatkan petani pada posisi setara dengan pembeli dan pada posisi tawar yang sama dalam menetapkan harga.

c. Produk pertanian bersifat meruah (bulky)

Hasil panen produk pertanian sangat meruah, makan tempat dan tidak praktis. Akibatnya biaya transportasi untuk pemasaran hasil pertanian bias sangat mahal. Misalnya untuk komoditi kelapa. Bagian yang paling banyak dimanfaatkan adalah daging kelapa untuk santan. Namun dalam penjualan kelapa, petani menjual kelapa dalam bentuk satu biji utuh (sabut, tempurung, daging buah dan air kelapa) karena jika tidak demikian, daging kelapa cepat rusak dan busuk, Dengan biaya transportasi yang tinggi akan mengurangi margin keuntungan petani dan menurunkan posisi tawarnya dihadapan pembeli. Dewasa ini telah banyak perusahaan yang bias mengolah daging kelapa menjadi santan atau nata de coco sehingga tidak perlu diangkut dalam bentuk kelapa utuh dan bulat.

3. Kegagalan Pasar Produk Pertanian

Kegagalan pasar (market failure) merupakan suatu kondisi dimana mekanisme pasar tidak berjalan sempurna yang ditandai dengan dominasi salah satu pihak dalam menetapkan harga. Dalam pasar yang terganggu (terdistorsi) ini interaksi antara penjual dan pembeli tidak terjadi secara adil sehingga pasar tidak dapat secara efektif memecahkan 3 masalah dalam perekonomian (apa yang akan diproduksi, berapa banyak dan untuk siapa barang itu diproduksi).

Samuleson dan Nordhaus (2009) menyatakan bahwa kegagalan pasar ini disebabkan oleh adanya pasar yang tidak sempurna, eksternalitas dan perlunya barang publik. Pasar tidak sempurna terjadi karena hanya salah satu pihak, yaitu penjual atau pembeli saja yang menentukan harga, baik karena monopoli (hanya ada satu penjual untuk satu jenis barang), monopsoni (hanya ada satu pembeli untuk satu jenis barang) atau oligopoli (adanya beberapa kartel/kelompok yang menentukan harga). Kondisi ini menyebabkan pasar menjadi tidak efisien dan salah satu pihak lebih dominan dalam menetapkan harga.

Faktor kedua adalah adanya eksternalitas, suatu kondisi dimana salah satu pihak menerima manfaat atau sebaliknya menerima resiko tanpa melalui mekanisme pasar. Contoh mudah kasus eksternalitas adalah seorang yang tinggal di dekat gedung konser music akan dapat menikmati bunyi music yang indah tanpa harus membayar karcis. Sebaliknya seorang yang tinggal di dekat kandang ternak akan mencium aroma tidak sedap setiap hari tanpa ada kompensasi apapun. Produsen yang memiliki modal yang besar dapat melakukan produksi suatu barang secara efisien dengan harga murah sehingga memperoleh keuntungan yang besar namun menyebabkan limbah yang cukup besar yang harus ditanggung masyarakat. Misalnya, produsen minuman kemasan sangat populer dan memperoleh pasar sangat besar, tetapi menyisakan limbah sedotan (straw) yang sangat besar. Pada tahun 2022, jumlah limbah sedotan plastic sebanyak 80 juta per hari atau 93 juta ton per tahun. Biaya untuk mengatasi limbah sedotan plastik tersebut tidak ditanggung produsen karena di luar harga yang sudah ditetapkan oleh produsen. Masyarakat yang harus menanggungnya, sementara produsen menikmati keuntungannya.

Faktor ketiga adalah keperluan akan barang publik, yaitu barang yang dapat dinikmati setiap orang tanpa mengurangi manfaat dari barang tersebut. Contoh barang publik adalah jalan, pertahanan negara, peradilan, mercu suar di pulau terpencil dan sebagainya. Barang public ini disediakan oleh pemerintah, dan jika swasta yang menyediakan (misalnya jalan tol) maka akan dikenakan biaya yang ditentukan harganya oleh penyediaanya. Barang public sangat penting untuk produk pertanian, karena para petani tidak mempunyai cukup kemampuan untuk menyediakan barang public yang mereka butuhkan.

Belum banyak penelitian tentang fenomena kegagalan pasar di Indonesia. Kajian Ponte (2001) menyoroti dampak proses liberalisasi pasar di Afrika terhadap usaha kecil di bidang pertanian. Infrastruktur yang buruk dan pemukiman yang tersebar telah membatasi kemampuan petani (dan sektor swasta) untuk menggarap tanah khususnya dalam penyediaan input pertanian dan fasilitas kredit. Penghapusan subsidi dan devaluasi mata uang telah mengakibatkan kenaikan harga semua jenis komoditi dan menyebabkan pengurangan penggunaan input. Tidak ada lagi akses kredit untuk pembelian input (pupuk, bibit dan pestisida) yang biasanya disediakan pemerintah. Kondisi tidak berfungsinya pasar ini diakui oleh para ekonom. Sementara para ekonom memberikan rekomendasi untuk terus mendorong transisi ke situasi 'pasar bebas' murni di Afrika, Ponte (2001) justru memberikan rekomendasi penguatan intervensi pemerintah untuk mengatasi kegagalan pasar khususnya dalam distribusi input (pupuk, bibit dan pestisida) serta penyediaan kredit dengan jaminan pemerintah.

Penelitian Ronchi (2006) dilaksanakan di Kosta Rika, Amerika Tengah. Ronchi (2006) menemukan bahwa kekuatan “pasar bebas” justru menyebabkan produsen (petani kopi) memperoleh harga yang sangat rendah (di bawah harga pokok produksinya). Hal ini disebabkan perusahaan multinasional yang mengolah kopi memiliki kebun kopi sendiri dan cenderung membangun industri secara vertikal dari hulu ke hilir. Perusahaan multinasional tersebut lebih mendahulukan kopi hasil kebun sendiri dibanding milik petani. Sebuah LSM yang bernama Fairtrade melakukan pendampingan kepada petani untuk mengatasi hal ini sekaligus menciptakan perdagangan yang adil. Pertama, Fairtrade menjamin

pembelian kopi dengan harga minimum sebesar biaya produksi kopinya. Namun pada saat yang sama, petani yang mengikuti program ini yang tergabung dalam wadah koperasi juga harus mengikuti program efisiensi yang dijalankan. Fairtrade percaya bahwa usaha skala kecil (smallholder) dapat lebih efisien dibandingkan usaha besar. Fairtrade akhirnya dapat meningkatkan efisiensi dan petani dapat menjual kopinya dengan keuntungan yang lebih baik, tidak lagi tergantung pada harga minimum yang telah ditetapkan Fairtrade. Akhirnya petani juga bisa menjual kopinya kepada perusahaan multinasional, mengalahkan produk kopi yang dihasilkan oleh kebun milik perusahaan itu sendiri.

C. KEBIJAKAN PEMERINTAH

Sebagaimana diuraikan sebelumnya, persaingan bebas tidak selalu memberikan hasil yang efisien dan adil bagi penjual dan pembeli. Berbagai faktor menyebabkan terjadinya kegagalan pasar (market failure). Pemerintah juga merupakan pelaku kegiatan ekonomi. Kegagalan pasar ini mendorong pemerintah untuk melakukan campur tangan terhadap mekanisme pasar. Kebijakan pemerintah berkaitan dengan bagaimana dan bidang apa pemerintah dapat membantu mendorong semua pelaku ekonomi untuk mencapai efisiensi tertinggi dalam rangka meningkatkan kesejahteraannya.

Dalam konteks pertanian, kebijakan pertanian adalah serangkaian tindakan yang telah, sedang dan akan dilaksanakan oleh pemerintah untuk mencapai tujuan tertentu (Rochaeni, 2014). Persoalan yang selalu tidak mudah dalam merumuskan kebijakan pertanian adalah masalah keadilan. Pembangunan pertanian sendiri mempunyai 2 tujuan yang bersifat *trade off* (saling meniadakan). Di satu sisi, pembangunan bertujuan untuk menyediakan bahan pangan bagi masyarakat dalam jumlah yang cukup dengan harga terjangkau. Tujuan ini menyiratkan bahwa harga produk pertanian sebaiknya semurah mungkin sehingga bisa terjangkau oleh seluruh lapisan masyarakat. Namun di sisi lain, tujuan pertanian adalah meningkatkan kesejahteraan petani yang menyiratkan harga komoditi sebaiknya “mahal” sehingga keuntungan petani meningkat. Oleh karena itu, dalam setiap kebijakan selalu ada pihak yang memperoleh keuntungan

lebih banyak dibandingkan pihak lainnya, bahkan ada pihak yang merasa dirugikan.

Rochaeni (2014) dan Dumasari (2020) menyatakan bahwa secara garis besar dibedakan dalam 3 kelompok, yaitu (1) Kebijakan Harga; (2) Kebijakan Pemasaran, dan; (3) Kebijakan Struktural

1. Kebijakan Harga

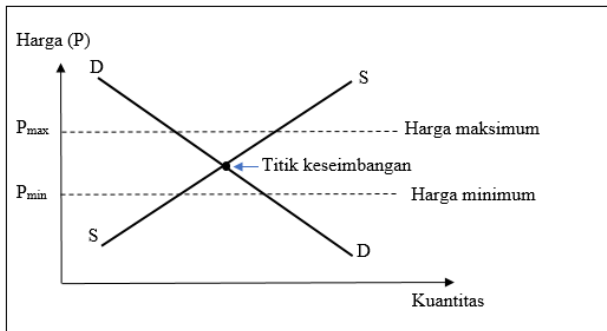
Kebijakan harga merupakan kebijakan untuk membuat harga suatu komoditi stabil pada tingkat tertentu, sehingga pendapatan petani juga relatif stabil dari musim ke musim. Tujuan kebijakan harga di Indonesia lebih ditekankan pada stabilisasi harga hasil-hasil pertanian terutama pada tingkat petani. Kebijakan harga dapat mengandung pemberian suatu penyangga (support) atau penetapan suatu harga tertentu. Kebijakan harga merupakan instrument terpenting di Indonesia dan di banyak negara lain.

Studi Kasus 1: Penetapan Harga Gabah

Beras merupakan komoditi strategis nasional yang bukan saja menyangkut faktor ekonomi, tetapi juga politik dan sosial. Kebijakan pemerintah tentang harga beras dengan menetapkan harga dasar (HD) gabah merupakan kebijakan yang paling lama karena sudah ada sejak tahun 1967. Secara garis besar, kebijakan harga beras ini adalah (Suryana dkk., 2014):

- a. Pemerintah menetapkan harga dasar (HD) sebagai harga gabah minimum yang menguntungkan petani;
- b. Pemerintah menetapkan harga maksimum gabah yang masih dapat dijangkau oleh masyarakat;
- c. Masih ada selisih antara harga-harga maksimum dan harga minimum yang masih memungkinkan perdagangan antar daerah/antar pulau

Secara grafis, kebijakan tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 6.4.
Mekanisme Kebijakan Harga Beras

Pemerintah menetapkan harga dasar (HD) gabah sebagai harga minimum gabah di pasaran. Jika pada musim panen, harga gabah di pasaran lebih rendah dibandingkan harga dasar, maka Pemerintah melalui BULOG akan membeli gabah dari petani dengan harga dasar tersebut sehingga petani tetap akan memperoleh harga dasar sebagai harga penjualan gabahnya. Kebijakan ini diharapkan dapat menjamin kesejahteraan petani

Sebaliknya, pada musim paceklik, harga akan melambung tinggi. Ketika harga gabah menjadi sangat tinggi sehingga masyarakat kesulitan membeli beras, maka pemerintah menetapkan harga maksimum. Jika harga terus melambung dan melewati harga maksimum, maka Pemerintah akan melakukan intervensi dengan melepaskan persediaan berasnya ke pasar untuk menekan harga sehingga turun kembali mendekati titik keseimbangan. Jika setelah persediaan beras Pemerintah sudah dilepas ke pasar sementara harga tidak segera turun maka Pemerintah akan

melakukan impor beras. Pada umumnya, harga maksimum ditetapkan sebesar 25 % di atas harga dasar (Suryana dkk., 2014). Secara operasional, kebijakan pemerintah tentang harga gabah ini dilaksanakan oleh Badan Urusan Logistik (PT. BULOG).

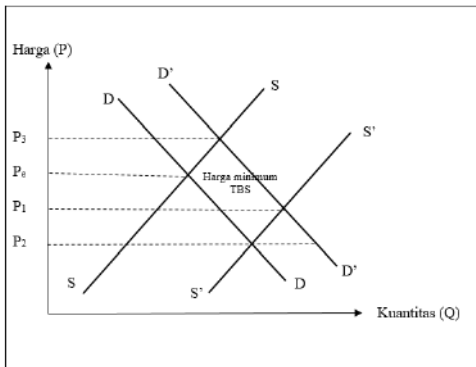
Prinsip dasar kebijakan ini tetap berlaku sampai sekarang, hanya besaran harga dasar sesuai kondisi terkini serta pengganti istilah harga dasar. Mulai tahun 2001, kebijakan harga output berubah dari HD menjadi harga dasar pembelian pemerintah (HDPP), kemudian menjadi harga pembelian pemerintah (HPP) atau government procurement price (Suryana dkk., 2014).

Nugrahapsari dan Hutagaol (2021) melakukan pengkajian terhadap kebijakan harga gabah dan beras ini dan menyimpulkan bahwa kebijakan ini telah berhasil menstabilkan harga beras dan mengamankan perekonomian nasional. Hasil kajian juga menunjukkan bahwa ada beberapa kebijakan lain yang juga mempengaruhi stabilnya harga beras ini. Kurna harga beras melandai dalam jangka waktu yang cukup lama. Namun kebijakan ini kurang mampu meningkatkan pendapatan petani secara riil. Nilai tukar petani padi cenderung turun, artinya nilai produk yang dijual petani lebih rendah nilainya dibandingkan dengan barang-barang yang dibutuhkannya. Dalam jangka panjang, kondisi ini akan menyebabkan penurunan minat petani menanam padi. Di samping itu, harga pembelian pemerintah (HPP) jauh lebih rendah dibandingkan harga actual/pasar, akibatnya BULOG tidak mempunyai cukup persediaan beras untuk melakukan intervensi jika harga beras naik. Kesenjangan kemampuan BULOG ini akhirnya ditutup dengan impor beras. Hasil penelitian ini selaras dengan kajian sebelumnya yang dilakukan oleh Resnia dan Wirastuti (2009). Fluktuasi harga beras tahunan memang terjadi, tetapi tetap pada batas yang normal. Harga tahunan tertinggi terjadi pada bulan Desember – Februari. Beberapa komponen yang mempengaruhi harga beras adalah harga BBM, luas panen, cadangan beras nasional serta operasi pasar yang dilaksanakan BULOG (Resnia dan Wirastuti, 2009).

Studi Kasus 2: Penetapan Harga Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit

Indonesia merupakan salah satu penghasil minyak CPO (Crude Palm Oil) di Dunia. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), luas

perkebunan kelapa sawit di Indonesia pada tahun 2021 adalah 15,08 juta hektar, yang terdiri dari Perkebunan Besar seluas 8,42 juta hektar (55,5 %), Perkebunan Rakyat 6,08 juta hektar (40,34 %) dan Perkebunan Besar Negara seluas 579,6 ribu hektar (3,84 %). Buah kelapa sawit tidak dapat dikonsumsi langsung, tetapi harus diolah dulu menjadi produk antara (CPO) baru kemudian diolah menjadi produk akhir (misalnya minyak goreng) agar dapat dipergunakan oleh masyarakat. Ini berarti petani sawit harus menjual hasil panennya kepada pabrik CPO yang biasanya dimiliki oleh Perkebunan Besar Swasta (PBS). Kondisi ini menyebabkan posisi tawar petani lemah dan PBS mempunyai peluang untuk menentukan harga beli tandan buah segar (TBS) kelapa sawit secara sepihak. Apalagi kelapa sawit merupakan komoditi yang mudah rusak sehingga tidak bisa ditunda waktu panennya. Guna melindungi petani, Pemerintah menetapkan harga pembelian TBS Kelapa Sawit setiap bulan untuk setiap provinsi penghasil kelapa sawit di Indonesia.



Gambar 6.5.

Diagram Penetapan Harga TBS Sawit

Nilai pembelian TBS ditentukan oleh beberapa faktor, yaitu harga ekspor CPO tertimbang bulan sebelumnya, harga ekspor minyak inti sawit tertimbang bulan sebelumnya, angka rendemen CPO dan minyak inti sawit. Harga yang diterima petani ditentukan oleh besarnya koefisien K yang merupakan akumulasi faktor usia tanaman dan faktor biaya yang terdiri dari biaya pengurusan di pelabuhan, biaya transportasi ke Pelabuhan, biaya pengolahan, biaya penyusutan dan biaya administrasi (Nesti dkk., 2018; Dahniar dkk., 2022).

Pada gambar 6.5 diilustrasikan bahwa titik keseimbangan terjadi pada kurva penawaran SS dan kurva permintaan DD sehingga tercipta harga keseimbangan (P_e) yang ditetapkan sebagai harga minimum TBS kelapa sawit yang berlaku selama satu bulan. Jika pada bulan itu, terjadi panen melimpah sehingga kurva penawaran bergeser ke $S'S'$ sehingga tercipta harga keseimbangan baru di titik P_1 atau P_2 , petani tetap akan menerima harga pembelian TBS kelapa sawit sebesar P_e .

Meskipun kebijakan ini dimaksudkan untuk melindungi petani, tetapi Didu (2000) menyebutkan bahwa kebijakan ini belum sepenuhnya tepat. Petani masih menanggung proporsi biaya dan resiko yang lebih besar. Petani menanggung biaya transportasi dan pengolahan (termasuk besarnya rendemen) yang tidak dapat dikontrolnya namun harus ditanggungnya (Didu, 2000).

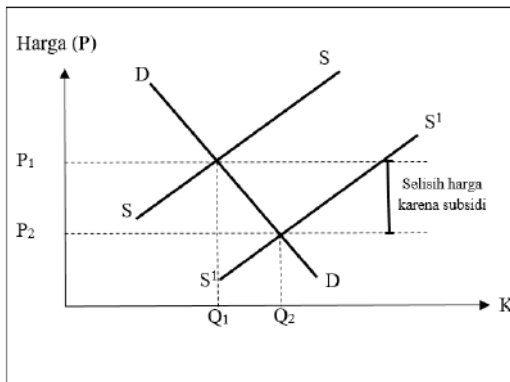
2. Kebijakan Pemasaran

Kebijakan pemasaran mempunyai dimensi yang berbeda dengan kebijakan harga, karena tujuan kebijakan ini di samping melindungi petani juga melindungi kepentingan konsumen. Kebijakan pemasaran dilakukan melalui pemberian subsidi untuk meningkatkan daya saing petani, menjaga stok barang di dalam negeri, kebijakan ekspor atau mendirikan badan-badan pemerintah yang dibentuk untuk memberikan jaminan harga minimum yang stabil bagi petani dan konsumen. Hal ini berarti Pemerintah berusaha memberikan arah tertentu di dalam bekerjanya gaya-gaya pasar. Dalam praktek, kebijakan pemasaran dilaksanakan secara bersamaan dengan kebijakan harga.

Studi Kasus 1: Subsidi Pupuk bagi Petani

Pupuk merupakan sarana produksi pertanian yang penting untuk meningkatkan produksi, produktifitas, mutu dan daya saing produk. Kebijakan subsidi pupuk telah dimulai sejak tahun 1969. Dan telah mengalami beberapa kali perubahan format namun dengan esensi yang sama. Dalam kebijakan ini, pemerintah menetapkan harga eceran tertinggi (HET) untuk petani. Selanjutnya, pemerintah akan menyediakan dana untuk menutupi selisih antara harga produksi pupuk dengan HET. Ketika penggunaan pupuk telah berkembang luas, kebijakan subsidi pupuk ini dilengkapi dengan kuota jumlah pupuk yang dapat dibeli petani dengan

HET. Jika petani ingin membeli pupuk dengan jumlah yang lebih tinggi dari kuota yang dimilikinya, maka petani tersebut dapat membeli dengan harga pasar, bukan HET lagi. Tujuan pemberian subsidi pupuk adalah (1) tujuan antara, yaitu meningkatkan kemampuan petani untuk membeli pupuk dalam jumlah yang sesuai dengan dosis anjuran pemupukan berimbang spesifik lokasi; dan (2) tujuan akhir, yaitu meningkatkan produktivitas dan produksi pertanian dalam rangka meningkatkan ketahanan pangan nasional (Hendrawan dkk., 2011; Darwis dan Supriyati, 2014).



Gambar 6.6.
Diagram Pengaruh Subsidi Pupuk

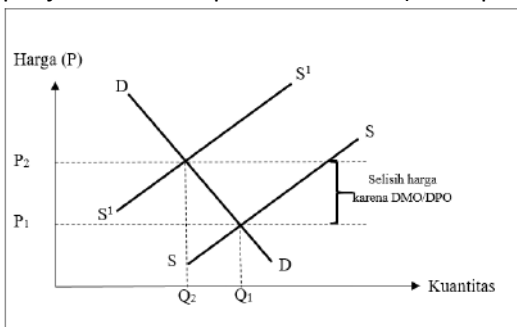
Pada gambar 6.6. digambarkan bahwa sebelum subsidi pupuk diberikan, kurva penawaran berada pada garis SS. Setelah subsidi diberikan, maka produksi padi akan meningkat sehingga kurva penawaran bergeser ke kanan (menjadi S^1S^1) sehingga terjadi titik keseimbangan dimana harga turun dari P_1 ke P_2 . Pada tingkat harga yang baru (P_2) maka kuantitas barang yang diminta pembeli mengalami kenaikan dari Q_1 menjadi Q_2 . Selisih harga antara P_1 dan P_2 merupakan dampak penurunan harga karena subsidi.

Banyak penelitian telah dilakukan untuk mengkaji efektifitas kebijakan subsidi pupuk. Subsidi pupuk terbukti mampu meningkatkan produksi dan konsumsi beras (Naully, 2019). Namun dalam penyusunan Rencana Definitif Kebutuhan Kelompok (RDKK) hanya dilakukan oleh petani sendiri tanpa didampingi petugas penyuluh sehingga dosis pupuk tidak sesuai dengan dosis yang direkomendasikan. Pedagang pun hanya menggunakan RDKK tahun sebelumnya sebagai dasar untuk penjualan pupuk. Efektifitas subsidi pupuk diukur dalam 4 indikator yaitu harga, jenis, waktu dan jumlah. Ditinjau dari indikator jenis dan waktu sudah dapat dipenuhi.

Indikator jumlah masih belum terpenuhi karena dosis yang diberikan masih di bawah dosis yang direkomendasikan. Petani juga harus membeli pupuk di atas HET yang telah ditetapkan. Namun demikian, subsidi pupuk ini diharapkan tetap dilanjutkan (Rigi dkk., 2019; Adiraputra dan Supyandi, 2021).

Studi Kasus 2: Penetapan DMO/DPO untuk Crude Palm Oil (CPO)

Beberapa waktu yang lalu terjadi kehebohan yang berkaitan dengan kenaikan harga dan kelangkaan minyak goreng di pasar. Semua media massa dan media sosial memberitakan peristiwa ini, lengkap dengan berbagai bumbu didalamnya. Kejadian ini ditengarai disebabkan oleh tingginya harga CPO di dunia sehingga produsen CPO lebih senang mengekspor CPO daripada memasarkannya di pasar domestik. Pemerintah kemudian menetapkan kebijakan Domestic Market Obligation (DMO) dan Domestic Price Obligation (DPO). DMO adalah kebijakan pemerintah yang mewajibkan produsen CPO untuk memasarkan produksinya di pasar domestik dalam porsi tertentu (ditetapkan sebesar 20 %). Bukti penjualan ke pasar domestik ini dijadikan persyaratan untuk pengajuan ijin ekspor. Sementara DPO adalah kebijakan pemerintah untuk menetapkan harga penjualan CPO di pasar domestik (ditetapkan sebesar Rp. 9.300 per kg).



Gambar 6.7.

Dampak Kebijakan DMO/DPO di Pasar Domestik

Jika diberlakukan kebijakan DMO/DPO maka kurva penawaran minyak goreng dalam negeri adalah kurva SS yang berpotongan dengan kurva permintaan (DD) pada tingkat harga P1 (Gambar 6.7). Namun jika DMO/DPO tidak diberlakukan, produsen CPO akan menjual sebagian besar produksinya ke pasar internasional, akibatnya kurva penawaran domestik akan bergeser ke kiri (menjadi S'S') adanya harga naik menjadi P2. Selisih antara P2 dan P1 adalah dampak kebijakan DMO/DPO.

Penelitian menunjukkan bahwa kebijakan DMO/DPO tidak segera berpengaruh dalam penurunan harga minyak goreng nasional, perlu waktu beberapa bulan sebelum harga minyak goreng turun. Dampak nyata yang terjadi justru penurunan harga pembelian tandan buah segar dari petani (Bukit dkk., 2022; Abdullah dkk., 2022). Jeda waktu ini bisa terjadi karena ada kontrak dagang yang harus dipenuhi oleh produsen CPO dalam negeri. Sunarta (2010) berpendapat bahwa industri minyak goreng sawit di Indonesia memiliki karakteristik pola pengusahaan yang terintegrasi secara vertikal. Kebijakan yang menghambat pemasaran produk pada bagian hulu (berupa CPO) akan dialihkan sebagai biaya input pada proses produksi berikutnya sehingga petani pun akhirnya ikut menanggung beban karena kebijakan itu. Hal ini didukung Bukit dkk. (2022) yang mengungkap temuan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dimana diduga telah terjadi praktek oligopoli struktur pasar minyak goreng nasional dengan penetapan harga dan pengaturan produksi.

Studi Kasus 3: Kebijakan Pemasaran Karet

Komoditi karet merupakan salah satu komoditi perkebunan yang berperan penting dalam kehidupan petani di Indonesia, bahkan banyak keluarga petani karet yang menggantungkan hidupnya dari hasil tanaman karet. Hal ini dikarenakan sebagian besar pendapatan petani berasal dari usaha tani karet. Di samping itu, karet juga berperan sebagai penyedia lapangan kerja dan sumber devisa negara. Pada umumnya, penjualan bahan olahan karet yang dilakukan oleh petani karet kepada para tengkulak/pengepul yang selanjutnya akan dijual kembali ke saluran pemasaran berikutnya sebelum akhirnya dijual pada pabrik pengolah karet. Harga karet yang dijual melalui tengkulak desa, ditentukan oleh tengkulak tersebut. Hal ini tentunya dapat menimbulkan kerugian bagi petani karet.

Oleh karena itu dibuat kelembagaan pemasaran karet dengan system lelang melalui koperasi atau lembaga yang ditunjuk oleh Pemerintah Daerah. Pada dasarnya, pasar lelang karet dibentuk dalam rangka untuk melakukan kontrol terhadap harga jual karet dari petani. Tujuan pasar lelang karet adalah membentuk sistem informasi yang transparan dan wahana pembentukan harga yang menguntungkan bagi petani karet. Di pasar lelang, karet dari petani dinilai berdasarkan kualitasnya. Semakin kering, maka kualitas karet semakin bagus dan harga semakin mahal

(Hasibuan dkk., 2014). Namun demikian, sebuah penelitian justru menunjukkan bahwa harga jual di luar pasar lelang ternyata lebih tinggi daripada harga jual di pasar lelang. Kondisi ini disebabkan oleh adanya hubungan kekerabatan dan perkawanan antara penjual dan pembeli (Hermansyah dkk., 2014).

3. Kebijakan Struktural

Kebijakan struktural dalam pertanian dimaksudkan untuk memperbaiki struktur produksi misalnya restrukturisasi kepemilikan lahan, pengenalan dan pengoperasian mesin-mesin pertanian yang baru serta perbaikan prasarana pertanian baik prasarana fisik maupun prasarana social ekonomi. Kebijakan struktural bertujuan untuk melakukan perubahan struktural menyangkut pengetahuan sikap dan ketrampilan petani sehingga hanya dapat dilaksanakan melalui kerjasama berbagai lembaga pemerintah. Pada umumnya, dampak kebijakan struktural baru dapat dilihat pada waktu yang lama karena usaha tani bukan saja merupakan satu unit ekonomi tetapi juga bagian dari kehidupan petani dengan berbagai aspeknya. Oleh karena itu, tindakan ekonomi saja tidak cukup, tetapi harus disertai tindakan di bidang social budaya agar perubahan struktural yang diharapkan dapat terwujud.

Studi Kasus 1: Kebijakan Mekanisasi Pertanian

Sejak era orde baru, upaya peningkatan produksi pertanian, khususnya padi, terus digalakkan. Kebijakan yang sangat populer adalah Panca Usaha Tani, yang kemudian dilengkapi dengan kebijakan mekanisasi pertanian. Kebijakan ini akan mensubstitusi penggunaan tenaga manusia dengan alat dan mesin pertanian. Kebijakan mekanisasi pertanian memerlukan perubahan multidimensi mencakup perilaku, sikap dan ketrampilan dari petani sasaran.

Banyak studi telah menemukan bahwa penggunaan mesin dapat meningkatkan luas dan intensitas tanam, mempercepat pekerjaan, menekan biaya, mengurangi losses, dan meningkatkan produksi. Meskipun telah dikembangkan semenjak era tahun 1960-an, namun sampai saat ini Alsintan yang berkembang dan telah memasyarakat masih terbatas pada traktor pengolah tanah dan mesin perontok (thresher). Alat terbaru yang di introduksikan oleh pemerintah adalah alat tanam padi

(*rice transplanter*) dan alat panen kombinasi (*rice combine harvester*). Namun demikian, sebagaimana diuraikan di atas, efektivitas program dan penggunaan Alsintan di lapangan belum optimal. Salah satu penyebabnya karena distribusi alat yang kurang sesuai dengan kebutuhan dan belum siapnya kelembagaan petani penerima (Aldillah, 2016; Arizka dkk., 2021)

Beberapa kasus dalam kebijakan pemerintah ini menyadarkan kepada para pelaku ekonomi adanya perbedaan dan celah antara sisi teoritis dan sisi praktis dalam perumusan kebijakan, meskipun kebijakan itu disusun dengan maksud yang baik. Jika kebijakan pemerintah ini tidak berhasil mencapai tujuan yang diharapkan, maka kondisi ini disebut sebagai kegagalan pemerintah (*government failure*).

D. RANGKUMAN MATERI

Pasar merupakan media interaksi antara penjual dan pembeli untuk menentukan harga dan kuantitas yang diperjualbelikan sehingga terjadi transaksi sukarela dalam mekanisme tawar menawar tersebut. Pada mekanisme pasar persaingan sempurna, harga ditentukan oleh interaksi (perpotongan) antara kurva penawaran oleh penjual dan kurva permintaan oleh pembeli. Titik perpotongan itu disebut titik keseimbangan (*equilibrium point*).

Pada kenyataannya, mekanisme pasar sering tidak berjalan dengan baik sehingga tidak berjalan dengan efisien dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kondisi ini disebut sebagai kegagalan pasar (*market failure*). Kegagalan pasar disebabkan oleh adanya persaingan tidak sempurna yang disebabkan oleh monopoli, monopsoni dan oligopoli, adanya eksternalitas dan perlunya barang-barang public dalam perekonomian. Produk pertanian juga memiliki sifat khas yang berpotensi untuk mengganggu pasar sehingga terjadi kegagalan pasar. Sifat khas tersebut adalah bersifat musiman, mudah rusak dan tidak tahan lama serta meruah.

Adanya fenomena kegagalan pasar ini mengundang pemerintah untuk melakukan campur tangan dalam bentuk kebijakan pemerintah. Campur tangan pemerintah ini bertujuan agar pasar dapat berjalan efektif, efisien dan adil. Secara umum, kebijakan pemerintah di bidang pertanian terbagi dalam 3 jenis, yaitu (1) Kebijakan harga, bertujuan untuk menjaga harga

barang tetap stabil; (2) kebijakan pemasaran, bertujuan untuk menjaga agar harga komoditi tetap terjangkau namun tetap menguntungkan petani; (3) kebijakan strukturaler tujuan untuk melakukan perubahan terhadap struktur produksi di sektor pertanian. Jika kebijakan pemerintah tidak berhasil mencapai tujuannya maka terjadilah fenomena kegagalan pemerintah (*government failure*).

TUGAS DAN EVALUASI

1. Apakah yang dimaksud dengan Transaksi sukarela
2. Pada mekanisme pasar seringkali terjadi kegagalan pasar (*market failure*) sehingga pasar tidak dapat bekerja dengan efisien. Dalam pasar produk pertanian di Indonesia, apakah juga terjadi kegagalan pasar ? Berikan contohnya dan berikan penjelasan Saudara
3. Dalam upaya mengatasi kegagalan pasar, pemerintah sering melakukan campur tangan dalam bentuk kebijakan pemerintah. Menurut pendapat Saudara, apakah mungkin terjadi kegagalan pemerintah di mana kebijakan pemerintah tidak mencapai tujuannya? Uraikan sebabnya
4. Di antara 3 jenis kebijakan pemerintah, yaitu kebijakan harga, kebijakan pemasaran dan kebijakan struktural. Mana yang dominan terjadi di daerah Saudara
5. Dalam rangka mengatasi kelangkaan minyak goreng di Indonesia, Pemerintah telah mengeluarkan larangan ekspor CPO yang berlaku sekitar 1 bulan. Bagaimana pendapat anda tentang kebijakan tersebut

DAFTAR PUSTAKA

- Abd. Rahim, S. Supardi dan D.R.D. Hastuti (2012), Model Analisis Ekonomi Pertanian. Makassar. Lembaga Penerbit Universitas Negeri Makassar
- Abdulah, R., T. Ahmad, A.P.G Talattov dan M.M. Fahmid (2022). “Menakar Efektivitas Kebijakan Subsidi vs DMO/DPO Minyak Goreng” INDEF POLICY BRIEF No. 2/2022: 1-8
- Adiraputra P. dan D. Supyandi (2021), “Efektivitas Kebijakan Subsidi Pupuk di Desa Sukaasih Kecamatan Sukatani Kabupaten Bekasi” Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis. 7(1): 594-606
- Aldillah, R. (2016). “Kinerja Pemanfaatan Mekanisasi Pertanian dan Implikasinya dalam Upaya Percepatan Produksi Pangan di Indonesia” Forum Penelitian Agro Ekonomi. 34 (2): 163-177
- Arizka, A.A., B. Purwantana dan L. Soetiarso (2021). “Kajian Penerapan Mekanisasi Pertanian Berbasis Usaha Pelayanan Jasa Alat dan Mesin Pertanian (UPJA) untuk Sistem Produksi Padi di Kabupaten Banyumas, Purbalingga dan Banjarnegara”. Agritexts: Journal of Agricultural Extension, 45(2), 120-127
- Bukit, A.N., U. Hasanah, K. Na'im dan Elyani. (2022). Kenaikan Harga Minyak Goreng Dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha Dan Ekonomi Jurnal Yustisia 7 (1): 61-82
- Dahniar, M.Y. Rachman dan S.I. Al Difa (2022), “Analisis Kebijakan Besaran Indek “K” untuk Meningkatkan Keuntungan Petani dan Pengusaha Kelapa Sawit di Banjarmasin, Kalimantan Selatan”. Prosiding Seminar Nasional Lingkungan Lahan Basah 7 (1): 91-96
- Darwis, V. dan Supriyati (2014). “Subsidi Pupuk: Kebijakan, Pelaksanaan dan Optimalisasi Pemanfaatannya” Analisis Kebijakan Pertanian. 11 (1): 45-60
- Didu, M.S. (2000). “Rancang Bangun Sistem Penunjang Keputusan Pengembangan Agroindustri Kelapa Sawit Untuk Perekonomian Daerah”. Ringkasan Disertasi Doktor (tidak dipublikasi). Program Pascasarjana Institut Pertanian Bogor. Bogor.

- Dumasari (2020), *Pembangunan Pertanian; Mendahulukan Yang Tertinggal*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.
- Hasibuan, U.R., A. Lubus dan A. Farida (2014). “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perbandingan Harga Petani Karet dalam Menjual Karet ke Pasar Lelang dengan Non Pasar Lelang (TOKE) di Desa Muhajirin Kecamatan Jambi Luar Kota Kabupaten Muaro Jambi” *Sosio Ekonomika Bisnis*.17 (2): 63-71
- Hendrawan, D.S., A. Daryanto, B. Sanim dan H. Siregar. (2011). “Analisis Kebijakan Subsidi Pupuk: Penentuan Pola Subsidi dan Sistem Distribusi Pupuk di Indonesia. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*. 8 (2): 85-96
- Hermansyah, R., Edison dan A. Arby. (2014). “Analisis Komparasi Pendapatan Usahatani Karet Petani yang Menjual ke Pasar Lelang dan Luar Pasar Lelang di Kecamatan Sekernan Kabupaten Muaro Jambi” *Sosio Ekonomika Bisnis* 17 (2): 21-31
- Naully, D. 2019. Dampak Kebijakan Subsidi Pupuk dan Harga Pembelian Pemerintah terhadap Kesejahteraan Produsen dan Konsumen Beras di Indonesia”. *Jurnal Agrosains dan Teknologi*. 4 (1): 40-54.
- Nesti, L., F.T. Tan, E. Ridwan dan R.A. Hadiguna (2018). “Analisis Kebijakan Pemerintah terhadap Harga Realisasi Penjualan Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit di Tingkat Petani Swadaya di Provinsi Sumatra Barat” *Jurnal Teknologi Industri Pertanian* 28 (3): 342 – 352
- Nugrahapsari, R.A. dan M.P. Hutagaol (2021) “Tinjauan Kritis Terhadap Kebijakan Harga Gabah dan Beras di Indonesia” *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 39 (1): 11-26
- Ponte, S. (2001), “*Policy Reforms, Market Failures and Input Use in African Smallholder Agriculture*,” *European Journal of Development Research*, 13 (1): 1-29
- Resnia, R dan A. Wirastuti (2009) “Kebijakan Stabilisasi Harga Beras” *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan* 3 (1): 1 – 23
- Rigi, N., S. Raesi dan R. Azhari (2019), “Analisis Efektivitas Kebijakan Pupuk Bersubsidi Bagi Petani Padi Di Nagari Cupak Kecamatan Gunung Talang Kabupaten Solok JOSETA: *Journal of Socio Economic on Tropical Agriculture*. 1 (3): 75- 83

- Rochaeni, S. (2014), *Pembangunan Pertanian* (Edisi 2). Yogyakarta. Graha Ilmu
- Ronchi, L. (2006) "Fairtrade" and Market Failures in Agricultural Commodity Markets World Bank Policy Research Working Paper 4011: 1-63
- Samuelson, P.A. dan W.N. Nordhaus. (2009), *Economics* (Ninetenth Edition). New York. McGraw-Hill
- Sunarta, K. (2010). "Analisis Kebijakan Stabilisasi Harga Minyak Goreng di Indonesia" *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi Fakultas Ekonomi (JIMAFE) Semester I* : 1-13
- Suryana, A., B. Rachman dan M.D. Hartono (2014). "Dinamika Kebijakan Harga Gabah dan Beras dalam Mendukung Ketahanan Pangan Nasional" *Pengembangan Inovasi Pertanian* 7 (1): 155-168



EKONOMI PERTANIAN

BAB 10: PERDAGANGAN INTERNASIONAL

Anggita Tresliyana Suryana, S.P., M.Si.

Badan Riset dan Inovasi Nasional

BAB 10

PERDAGANGAN INTERNASIONAL

A. PENDAHULUAN

Perdagangan internasional telah berlangsung sejak ribuan tahun yang lalu, dibuktikan secara historis terdapat jalur perdagangan Jalur Sutra, Jalur Rempah, Jalur Amber dan jalur lainnya yang menghubungkan berbagai belahan bumi untuk melakukan aktivitas perdagangan. Perdagangan internasional ini memberikan stimulus pada kemajuan transportasi, berkembangnya industrialisasi, hingga terjadinya globalisasi. Beberapa abad belakangan, perdagangan internasional dirasakan memberikan dampak pada ekonomi, sosial, dan politik dunia.

Melalui perdagangan, konsumen di berbagai belahan dunia diuntungkan. Sebagai contoh, tanpa adanya perdagangan, warga Norwegia tidak dapat menikmati kopi Brasil dan warga Brasil tidak dapat mencicipi salmon Norwegia. Contoh lain, perdagangan negara Greenland terjadi karena alasan yang sederhana, yaitu Greenland tidak memiliki lahan pertanian sehingga kesulitan memproduksi produk pertanian, oleh karena itu harus mengimpornya dari tempat lain. Namun di berbagai negara alasan yang menyebabkan terjadinya perdagangan seringkali lebih rumit. Misalnya, ketika ada dua negara yang sama-sama dapat memproduksi jeruk dan susu, namun satu negara memilih mengekspor jeruk sedangkan negara lainnya mengekspor susu. Mengapa hal tersebut dapat terjadi?

Bab ini akan membahas konsep perdagangan internasional pada pasar persaingan sempurna, prinsip keunggulan absolut dan komparatif dalam perdagangan, nilai tukar perdagangan, serta berbagai hambatan perdagangan baik tarif maupun non tarif.

B. MANFAAT PERDAGANGAN

Tujuan utama setiap negara melakukan perdagangan adalah mencari keuntungan dari aktivitas perdagangan tersebut (Krugman & Obstfeld, 1999). Motivasi berbagai negara terlibat dalam perdagangan adalah setiap negara berbeda satu dengan yang lainnya dalam hal teknologi dan sumber daya sehingga saling bergantung satu sama lain. Maksud lain suatu negara melakukan perdagangan adalah untuk mencapai skala ekonomi (*economies of scale*) dalam produksi. Jika setiap negara hanya menghasilkan beberapa jenis produk tertentu, maka setiap negara dapat menghasilkan produk dalam skala yang lebih besar dan lebih efisien dari pada jika mencoba menghasilkan semua produk yang dibutuhkan.

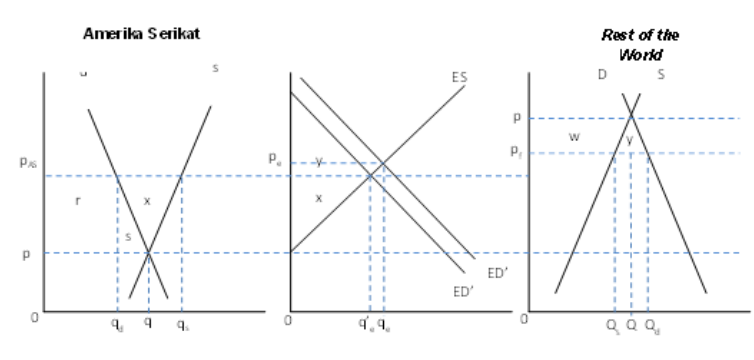
Dalam konteks perdagangan bebas (*free trade*) dibandingkan kondisi autarki, perdagangan akan memberikan tingkat manfaat sosial yang lebih tinggi bagi konsumen dan memberikan produktivitas serta pendapatan yang tinggi bagi produsen, sehingga memungkinkan negara-negara mencapai tingkat utilitas sosial yang lebih tinggi melalui peningkatan produksi dan konsumsi. Perdagangan bebas menjadikan pemanfaatan sumber daya dalam memproduksi barang menjadi lebih optimal akibat spesialisasi. Utilitas konsumen menjadi lebih maksimal karena harga barang menjadi lebih rendah. Selain itu perdagangan bebas pun mendorong timbulnya persaingan antar negara, akibatnya, produksi menjadi lebih efisien.

C. KONSEP PERDAGANGAN INTERNASIONAL

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai perdagangan pada pasar persaingan sempurna. Kita asumsikan terjadi perdagangan antara dua negara yaitu Amerika Serikat dan negara-negara lainnya di dunia atau *rest of the world* (ROW). Untuk memudahkan pemahaman pada perdagangan ini diasumsikan memperjualbelikan satu barang saja. Pada Gambar 1, kurva permintaan dan penawaran domestik di Amerika Serikat dan di luar negeri (ROW) diambil sebagai entitas agregat. Penawaran ekspor Amerika Serikat adalah hasil dari penawaran domestik yang dikurangi permintaan domestik (*s-d*) pada semua harga yang memungkinkan. Kelebihan (*excess*) kurva penawaran dicerminkan oleh ES. Permintaan ekspor Amerika Serikat merupakan jumlah ketika permintaan luar negeri melebihi penawaran luar

negeri (D-S) pada semua harga yang memungkinkan. Kelebihan (*excess*) kurva permintaan adalah ED. Penawaran dan permintaan ekspor ini berpotongan pada harga keseimbangan P_e di mana q_e adalah kuantitas yang diekspor oleh Amerika Serikat dan diimpor oleh ROW. Namun perlu dipahami, titik ekuilibrium tersebut tidak dapat berlaku karena ada biaya transportasi yang dicerminkan $P_f - p_{AS}$. Biaya transportasi ini menurunkan permintaan ekspor Amerika Serikat sebesar jumlah biaya tersebut (dari ED menjadi ED'). Harga ekuilibrium menjadi p_{AS} di Amerika Serikat dan P_f di pasar internasional. Selain biaya transportasi, hambatan perdagangan lainnya seperti tarif akan memiliki efek yang sama dalam mengurangi permintaan ekspor Amerika Serikat. Jumlah ekspor dari Amerika Serikat adalah $q_s - q_d$, memiliki kuantitas yang sama dengan q'_e , dan kuantitas impor luar negeri $Q_d - Q_s$.

Selanjutnya, pasar ekspor menaikkan harga domestik komoditas di Amerika Serikat menjadi p_{us} dari harga ekuilibrium p dalam pasar yang terisolasi. Sedangkan harga P_f di pasar luar negeri lebih rendah dari harga pasar terisolasi P . Melalui perdagangan, keuntungan surplus produsen $r+s+x$ lebih tinggi dari surplus konsumen $r+s$ di Amerika Serikat, dengan adanya keuntungan sosial bersih (*net social gain*) yang diwakili oleh segitiga x pada Gambar 1. Di pasar luar negeri, keuntungan surplus konsumen $w+y$ lebih tinggi dari kerugian surplus produsen w dengan keuntungan sosial bersih yang diwakili oleh area y .



Gambar 1. Ilustrasi Perdagangan Internasional

Sumber: Tweeten (1992)

D. PRINSIP KEUNGGULAN ABSOLUT

Konsep keunggulan absolut diperkenalkan oleh Adam Smith. Menurutnya, perdagangan antara dua negara terjadi akibat adanya keunggulan absolut. Apabila satu negara lebih efisien dalam memproduksi komoditas A dibandingkan negara lain dan kurang efisien dalam memproduksi komoditas B dibandingkan negara lain, maka masing-masing negara bisa mendapatkan keuntungan dengan berspesialisasi menghasilkan komoditas yang dapat diproduksi secara lebih efisien.

Tabel 1. Tenaga kerja yang dibutuhkan dalam memproduksi wol dan gandum

Komoditas	Amerika Serikat	Australia
Wol (1 meter)	4	2
Gandum (1 ton)	2	4
Total tenaga kerja (unit)	6	6

Jika dimisalkan terdapat dua negara yaitu Amerika Serikat dan Australia, yang menghasilkan gandum dan wol. Untuk menghasilkan 1 meter wol di Amerika Serikat dan Australia tenaga kerja yang diperlukan masing-masing 4 dan 2 unit. Dalam memproduksi 1 ton gandum di Amerika Serikat dan Australia tenaga kerja yang dibutuhkan masing-masing 2 dan 4 unit. Ketika kedua negara membagi tenaga kerja mereka antara produksi gandum dan wol, jumlah tenaga kerja yang diperlukan untuk memproduksi total *output* kedua komoditas tersebut adalah 6 unit baik di Amerika Serikat maupun Australia.

Kebutuhan tenaga kerja ini dapat dilihat pada Tabel 1. Menurut Adam Smith, karena kebutuhan tenaga kerja Amerika Serikat untuk memproduksi gandum lebih sedikit daripada Australia, maka Amerika Serikat memiliki keunggulan absolut dalam menghasilkan gandum. Di sisi lain, keunggulan absolut Australia adalah memproduksi wol, karena unit tenaga kerja yang dibutuhkan dalam menghasilkan wol lebih rendah daripada Amerika Serikat. Hal ini memberikan indikasi bahwa Amerika Serikat sebaiknya berspesialisasi dalam memproduksi gandum, sedangkan Australia perlu berspesialisasi dalam memproduksi wol. Hal ini dilakukan agar kedua negara dapat memaksimalkan *output* total dari kedua produk

ini. Dengan demikian, Amerika Serikat harus berdagang dengan Australia, dengan mengekspor gandum ke Australia dan mengimpor wol dari Australia. Sebaliknya, Australia mengekspor wolnya ke Amerika Serikat dan mengimpor gandum dari Amerika Serikat.

Tabel 2. Output total sebelum dan sesudah perdagangan

	Amerika Serikat	Australia	Output total
<i>Sebelum spesialisasi</i>			
Wol (1 meter)	1	1	2
Gandum (1 ton)	1	1	2
<i>Sesudah spesialisasi</i>			
Wol (1 meter)	0	3	3
Gandum (1 ton)	3	0	3

Tabel 2 menunjukkan perbedaan jumlah total barang yang diproduksi kedua negara sebelum dan setelah mereka mengkhususkan produksinya berdasarkan prinsip keunggulan absolut. Sebelum melakukan spesialisasi, masing-masing negara dapat memproduksi 1 ton gandum dan 1 meter wol, sehingga jumlah barang yang diproduksi oleh kedua negara adalah 2 ton gandum dan 2 meter wol. Ketika Amerika Serikat berspesialisasi dalam memproduksi gandum, negara tersebut dapat menghasilkan 3 ton gandum dengan 6 unit tenaga kerja. Demikian pula, Australia memproduksi 3 meter wol dengan 6 unit tenaga kerjanya. Akibatnya, perdagangan internasional meningkatkan total *output* melalui spesialisasi produksi antar negara. *Output* total yang dihasilkan kedua negara pun lebih tinggi ketika melakukan spesialisasi dibandingkan sebelum melakukan spesialisasi.

E. PRINSIP KEUNGGULAN KOMPARATIF

Untuk menyempurnakan prinsip keunggulan absolut, David Ricardo kemudian mencetuskan prinsip keunggulan komparatif. Menurut Ricardo perdagangan seharusnya bukan pada keunggulan absolut, melainkan pada keunggulan komparatif yang menekankan pertimbangan untuk keputusan produksi pada biaya peluang bukan biaya per unit absolut. Prinsip ini

merupakan salah satu teori perdagangan yang banyak digunakan dalam menganalisis pola perdagangan.

Pada Tabel 3 diberikan contoh kasus untuk memproduksi 1 meter wol, Amerika Serikat membutuhkan 4 unit tenaga kerja sedangkan Australia membutuhkan 6 unit tenaga kerja. Untuk memproduksi 1 ton gandum, Amerika Serikat membutuhkan 2 unit tenaga kerja sedangkan Australia membutuhkan 12 unit tenaga kerja.

Tabel 3. Kebutuhan tenaga kerja untuk memproduksi wol dan gandum

	Amerika Serikat	Australia
Wol (1 meter)	4	6
Gandum (1 ton)	2	12
Total tenaga kerja (unit)	6	18

Dengan demikian pada kasus ini Amerika Serikat memiliki keunggulan absolut dalam memproduksi gandum dan wol. Kemudian pertanyaannya adalah apakah sebaiknya Amerika Serikat memproduksi baik gandum dan wol kemudian mengekspor keduanya ke Australia? Jawabannya adalah tidak. Amerika Serikat tidak dapat melakukan perdagangan dengan Australia jika Australia tidak menghasilkan apa-apa. Australia pun tidak memiliki insentif untuk berdagang dengan Amerika Serikat, karena Australia tidak memiliki apa pun untuk melakukan perdagangan. Maka dapat disimpulkan bahwa alasan mendasar untuk perdagangan yang menguntungkan bukanlah perbedaan mutlak dalam *input* tenaga kerja antar negara yang digunakan untuk memproduksi komoditas, tetapi *input* tenaga kerja relatif yang menjadi penentu utama perdagangan. Untuk memproduksi gandum dan wol, Amerika Serikat memiliki keunggulan absolut karena *input* tenaga kerja untuk kedua komoditas tersebut lebih kecil daripada Australia. Namun tingkat keuntungan yang dimiliki Amerika Serikat atas Australia berbeda antar komoditas. Berdasarkan Tabel 3, untuk memproduksi gandum, Amerika Serikat hanya membutuhkan 1/6 dari *input* tenaga kerja yang dibutuhkan Australia. Sedangkan untuk memproduksi wol, Amerika Serikat hanya memerlukan 2/3 dari *input* tenaga kerja yang dibutuhkan Australia. Amerika Serikat memiliki

keunggulan absolut yang lebih besar dalam memproduksi gandum dibandingkan wol, hal ini menunjukkan bahwa Amerika Serikat memiliki keunggulan komparatif dalam memproduksi gandum. Dalam memproduksi gandum, Australia membutuhkan 6 kali lipat input tenaga kerja yang dibutuhkan Amerika Serikat. Sedangkan untuk memproduksi wol, Australia memerlukan 1,5 *input* tenaga kerja yang dibutuhkan Amerika Serikat. Dengan demikian Australia memiliki kerugian absolut dalam memproduksi gandum dan wol. Kerugian absolut yang lebih kecil terjadi ketika memproduksi wol dibandingkan gandum. Hal ini menunjukkan bahwa Australia memiliki keunggulan komparatif dalam memproduksi wol.

Tabel 4. Output total sebelum dan sesudah spesialisasi

	Amerika Serikat	Australia	Output total
<i>Sebelum spesialisasi</i>			
Wol (1 meter)	1	1	2
Gandum (1 ton)	1	1	2
<i>Sesudah spesialisasi</i>			
Wol (1 meter)	0	3	3
Gandum (1 ton)	3	0	3

Berdasarkan Tabel 3, Amerika Serikat memiliki 6 unit tenaga kerja dan Australia 18 unit tenaga kerja. Jika kedua negara memproduksi gandum dan wol, masing-masing negara dapat memproduksi 1 ton gandum dan 1 meter wol, sehingga total *output* dunia adalah 2 ton gandum dan 2 meter wol (Tabel 4). Melalui prinsip keunggulan komparatif, akan terjadi peningkatan *output* total gandum dan wol jika negara-negara tersebut melakukan spesialisasi. Karena Amerika Serikat memiliki keunggulan komparatif dalam memproduksi gandum, maka Amerika Serikat berspesialisasi untuk memproduksi gandum, sehingga menghasilkan 3 ton gandum dengan 6 unit tenaga kerjanya. Sebaliknya, dengan Australia berspesialisasi dalam memproduksi wol maka Australia akan menghasilkan 3 meter wol dengan 18 unit tenaga kerjanya. Dengan demikian, melalui spesialisasi, total *output* dunia meningkat menjadi 3 ton gandum dan 3

meter wol. Artinya dengan menggunakan prinsip keunggulan komparatif, terjadi peningkatan total *output* dunia.

F. NILAI TUKAR PERDAGANGAN (*TERM OF TRADE*)

Dengan menggunakan data dari contoh sebelumnya (Tabel 3), rasio harga sebelum terjadi perdagangan di masing-masing dari dua negara dapat ditentukan dengan asumsi teori nilai tenaga kerja, sebagai berikut:

$$\left(\frac{P_w}{P_g}\right)_{AS} = \left(\frac{a_w}{a_g}\right)_{AS} = \frac{4}{2} = 2$$

$$\left(\frac{P_w}{P_g}\right)_{AU} = \left(\frac{b_w}{b_g}\right)_{AU} = \frac{6}{12} = 0,5$$

di mana P_w dan P_g adalah harga wol per meter dan harga gandum per ton. Sedangkan a_w dan a_g adalah unit tenaga kerja yang digunakan untuk memproduksi 1 meter wol dan 1 ton gandum di Amerika Serikat, dan b_w dan b_g adalah unit tenaga kerja yang dibutuhkan untuk memproduksi 1 meter wol dan 1 ton gandum di Australia. Rasio harga pada persamaan di atas merupakan harga wol terhadap harga gandum. Di Amerika Serikat, 1 meter wol dapat ditukar dengan 2 ton gandum. Sedangkan di Australia, 1 meter wol dapat ditukar dengan 0,5 ton gandum.

Perbedaan rasio harga wol terhadap gandum antara kedua negara menyebabkan terjadinya perdagangan internasional. Apabila harga komoditas di antara kedua negara sama, komoditas tersebut tidak diperdagangkan. Karena harga relatif wol di Amerika Serikat (2 ton gandum) lebih tinggi daripada di Australia (0,5 ton gandum), Amerika Serikat mengimpor wol dari Australia. Impor wol meningkatkan total pasokan di Amerika Serikat sehingga menyebabkan harga wol di Amerika Serikat turun. Sedangkan di Australia, dengan meningkatnya ekspor wol maka total permintaannya juga meningkat, sehingga harga wol di Australia mengalami peningkatan.

Di sisi lain, karena harga gandum di Amerika Serikat (0,5 meter wol) lebih murah daripada di Australia (2 meter wol), maka Australia mengimpor gandum dari Amerika Serikat. Hal ini akan menurunkan harga

gandum di Australia dan meningkatkan harga gandum di Amerika Serikat. Kedua negara terus memperdagangkan barang satu sama lain hingga rasio harga di Amerika Serikat sama dengan rasio harga di Australia. Pada rasio harga tersebut, ekspor gandum Amerika Serikat sama dengan impor gandum Australia, sedangkan impor wol Amerika Serikat sama dengan ekspor wol Australia. Rasio harga ini dikenal sebagai *terms of trade* (ToT) atau nilai tukar perdagangan.

ToT suatu negara didefinisikan sebagai rasio harga komoditas ekspornya terhadap harga komoditas impornya. ToT Australia pada contoh sebelumnya adalah P_w/P_g , sedangkan ToT Amerika Serikat adalah P_g/P_t . Jika jumlah komoditas yang diperdagangkan antara dua negara banyak, nilai tukar suatu negara diukur dengan rasio indeks harga barang yang diekspornya terhadap indeks harga barang impornya. Rasio ini umumnya dikalikan dengan 100 untuk menyatakan ToT sebagai persentase. Syarat perdagangan negara A dihitung sebagai berikut (Koo & Kennedy, 2005):

$$ToT_a = P_x / P_m$$

Dimana P_x adalah harga komoditas ekspor atau indeks harga ekspornya dan P_m adalah harga komoditas impor atau indeks harga impornya. Nilai tukar negara B yang menjadi mitra dagang negara A adalah kebalikan atau kebalikan dari nilai tukar negara A, karena ekspor A sama dengan impor B, dan ekspor B sama dengan impor A. Nilai ToT akan berada di antara rasio harga pra-perdagangan kedua negara yaitu 0,5 – 2. Sebagai contoh, jika ToT Australia bernilai 1,5, menunjukkan bahwa Australia mengekspor 1 meter wol dengan imbalan 1,5 ton gandum yang diproduksi di Amerika Serikat. Sedangkan ToT Amerika Serikat sebesar 0,67 (1/1,5), menunjukkan bahwa AS mengekspor 1 ton gandum dengan imbalan 0,67 meter wol yang diproduksi di Australia. Apabila ToT Australia berubah dari 1,5 menjadi 1,0, hal ini menunjukkan bahwa harga wol Australia turun sebesar 33 persen, atau harga ekspor Amerika Serikat naik sebesar 33 persen, yang menunjukkan bahwa Australia mengekspor 1 meter wol dengan imbalan 1 ton gandum yang diproduksi di Amerika Serikat.

G. HAMBATAN PERDAGANGAN

Dalam perdagangan internasional, sebagian besar negara menggunakan berbagai hambatan perdagangan untuk melindungi industrinya. Pada umumnya besaran penetapan tarif perdagangan untuk barang-barang pertanian jauh lebih tinggi daripada tarif untuk barang-barang industri. Beberapa alasan berbagai negara menerapkan proteksi perdagangan baik tarif maupun non tarif antara lain:

1. Perdagangan yang tidak adil. Sebuah negara perlu melindungi dirinya dari perdagangan yang tidak adil. Misalnya ada negara yang melakukan praktik *dumping* dengan menjual produk di negara importir dengan harga di bawah biaya produksi atau harga yang berlaku untuk mengganggu industri nasional pesaingnya. Praktik dumping ini akan merugikan industri dalam negeri dan menyebabkan tidak dapat bersaing dengan produk impor hasil dumping. Untuk mengatasi hal seperti ini, proteksi melalui penetapan tarif impor sangat dibutuhkan. Contoh lain, negara dapat mensubsidi komoditas pertanian yang ditujukan agar berdaya saing di pasar ekspor karena negara lain pun melakukan subsidi pada produknya.
2. Keamanan nasional. Setiap negara perlu memiliki pertahanan nasional yang memadai, dan produk pertanian merupakan salah satu aset negara yang perlu dilindungi. Sebagai contoh, suatu negara mengimpor sebagian besar kebutuhan pangannya, ketika negara tersebut memiliki konflik dengan negara pemasok, atau ketika saluran distribusi terganggu oleh pandemi Covid-19 seperti yang telah terjadi pada tahun 2020, maka pasokan makanan negara tersebut dapat mengalami *shock*. Untuk menghindari kemungkinan ini, sebagian besar negara ingin memproduksi beberapa komoditas pertanian pada tingkat minimum untuk memenuhi permintaan domestik, walaupun sektor pertanian mereka mungkin tidak kompetitif.
3. Industri baru. Bisa saja suatu negara memiliki potensi keunggulan komparatif dalam suatu komoditas, tetapi karena kurangnya teknologi atau pengalaman dalam memproduksi komoditas tersebut, perusahaan di negara tersebut tidak dapat bersaing dengan perusahaan asing yang lebih mapan. Dalam hal ini, perlindungan perdagangan sementara dibenarkan untuk mendirikan industri dalam

negeri selama masa pertumbuhannya. Argumen ini lebih dibenarkan untuk negara berkembang daripada negara industri. Di beberapa negara berkembang, industri pengolahan makanan tidak berdaya saing, terutama karena kurangnya teknologi pengolahan dan permodalan, padahal negara-negara tersebut memiliki banyak barang primer untuk diolah. Dalam hal ini industri dapat diberikan kesempatan untuk mengembangkan industri pengolahannya agar dapat bersaing dengan negara-negara yang lebih maju.

H. HAMBATAN TARIF

Tarif merupakan salah satu bentuk hambatan perdagangan yang paling menonjol secara historis dan secara tradisional telah digunakan sebagai sumber penerimaan pemerintah. Tarif merupakan pajak atau cukai yang diterapkan pada suatu komoditas yang diperdagangkan melintasi batas teritorial negara (Salvatore, 1995). Dari aspek asal komoditas, terdapat dua jenis tarif, yaitu tarif impor dan tarif ekspor. Tarif impor merupakan pajak yang dikenakan pada setiap komoditas yang diimpor dari negara lain. Tarif ekspor adalah pajak yang diterapkan pada komoditas yang diekspor ke luar negeri.

Umumnya tarif impor dikenakan untuk melindungi industri dalam negeri dan atau menstabilkan harga. Sedangkan pemerintah mengenakan tarif ekspor untuk menghasilkan pendapatan pemerintah dan/atau mengontrol volume ekspor. Jika dilihat dari cara perhitungannya, tarif dikategorikan menjadi *ad valorem*, spesifik, dan campuran. Metode perhitungan tarif berbeda-beda, yaitu sebagai berikut (Salvatore, 1995):

1. Tarif *ad valorem*, yaitu pajak yang dikenakan berdasarkan angka persentase tertentu dari nilai barang-barang yang diimpor. Misalnya setiap mengimpor kendaraan bermotor, negara mengenakan tarif *ad valorem* sebesar 30 persen dari harga setiap unit kendaraan bermotor tersebut. Tarif dihitung sebagai berikut: $t = \alpha p$, di mana α adalah tingkat tarif tetap dalam persentase, dan p adalah harga barang.
2. Tarif spesifik dikenakan sebagai beban tetap unit barang yang diimpor. Misalnya pungutan 1 dolar untuk setiap karung biji kopi yang diimpor. Tarif spesifik dihitung sebagai berikut: $t = c$, di mana c adalah sejumlah uang tetap per unit barang.

3. Tarif gabungan (*compound*), merupakan gabungan dari tarif *ad valorem* dan tarif spesifik. Selain mengenakan pungutan dalam jumlah tertentu, tarif gabungan ini pun memungut sekian persen lagi. Tarif campuran dihitung sebagai berikut: $t = c + \alpha p$.

Terdapat perbedaan antara tarif *ad valorem* dan tarif spesifik. Tarif *ad valorem* tergantung pada harga atau nilai suatu produk, sedangkan penetapan tarif spesifik tidak. Dengan demikian, tarif spesifik memberikan perlindungan yang lebih sedikit ketika harga barang meningkat dan memberikan perlindungan yang lebih tinggi untuk barang yang lebih murah. Berbeda dengan tarif spesifik, pada saat harga berubah, tarif *ad valorem* akan memberikan persentase tingkat perlindungan yang konstan. Jika terjadi inflasi, persentase tingkat perlindungan tarif *ad valorem* tetap konstan, sedangkan tarif spesifik tingkat perlindungannya menurun. Tarif *ad valorem* umumnya ditetapkan pada bahan baku yang nilainya dapat ditentukan dengan mudah. Sedangkan tarif spesifik biasanya diterapkan pada barang-barang manufaktur, karena nilai barang-barang manufaktur tidak mudah ditentukan. Secara umum, tarif yang diberlakukan oleh negara pengimpor akan menaikkan harga konsumen di negara pengimpor dan menurunkan harga komoditas di pasar dunia. Misalnya, jika pemerintah Amerika Serikat mengenakan tarif impor kopi, maka hal tersebut akan menaikkan harga kopi di Amerika Serikat dan menurunkan jumlah permintaan kopi di Amerika Serikat. Menurunnya permintaan impor Amerika Serikat akan mengurangi permintaan dunia akan kopi. Jika impor kopi Amerika Serikat relatif besar, penurunan permintaan kopi di pasar dunia akan menurunkan harga kopi dunia. Hal ini menyiratkan bahwa harga kopi dunia turun karena tarif impor yang dikenakan oleh Amerika Serikat. Sebaliknya, jika impor kopi Amerika Serikat kecil, dampaknya terhadap harga dunia tidak signifikan.

I. DAMPAK PEMBERLAKUAN TARIF PADA NEGARA BESAR DAN NEGARA KECIL

Negara kecil didefinisikan sebagai negara di mana hubungan dagang atau kekuatan ekonominya terbatas sehingga tidak dapat mempengaruhi harga yang berlaku di pasar internasional. Saat sebuah negara kecil

menetapkan tarif pada produk yang diimpor, maka tidak dapat mempengaruhi harga produk tersebut di pasar global. Perubahan harga terjadi pada harga produk domestik saja. Dengan demikian, pihak yang mendapatkan dampak dari kenaikan harga akibat pemberlakuan tarif impor adalah konsumen dan produsen di negara kecil tersebut. Dengan pemberlakuan tarif, kesejahteraan negara kecil tersebut menjadi lebih rendah dibandingkan tanpa tarif. Selain itu dengan adanya tarif volume dan nilai perdagangan akan mengalami penurunan. Semakin tinggi tarif yang diterapkan maka negara tersebut akan semakin merugi.

Negara besar adalah sebuah negara yang perekonomiannya cukup kuat sehingga mampu mempengaruhi harga-harga internasional. Volume perdagangannya begitu besar sehingga segala perubahan terhadapnya akan memberikan pengaruh yang tidak bisa diabaikan terhadap kondisi perdagangan dunia pada umumnya. Pengenaan tarif oleh negara besar akan menurunkan volume perdagangannya. Namun berbeda dengan negara kecil, pada negara besar akan meningkatkan nilai tukar perdagangannya. Kesejahteraan negara besar tersebut menjadi lebih tinggi atau rendah, ditentukan apakah volume perdagangan lebih besar penurunannya atau peningkatan dari nilai tukar perdagangannya yang lebih besar.

J. HAMBATAN NON TARIF

Walaupun tarif merupakan bentuk hambatan perdagangan yang paling umum, namun masih banyak bentuk-bentuk restriksi atau proteksi perdagangan yang lain. Hambatan non tarif dapat mencakup salah satu dari sejumlah hambatan selain tarif seperti kebijakan, aturan, dan prosedur kompleks yang mendistorsi perdagangan. Instrumen hambatan perdagangan yang paling sering digunakan antara lain (1) pemberian subsidi ekspor, (2) pembatasan impor, (3) pembatasan ekspor secara sukarela, dan (4) persyaratan kandungan lokal (Salvatore, 1995).

Kuota. Kuota atau “jatah” merupakan hambatan perdagangan non tarif yang paling penting. Kuota adalah pembatasan secara langsung terhadap kuantitas ekspor atau impor.

Kuota Impor. Kuota impor adalah pembatasan secara langsung terhadap kuantitas impor dengan alasan utama adalah melindungi produsen pertanian atau sektor industri pengolahan nasional. Misalnya, untuk melindungi petani tebu dalam negeri, pemerintah melakukan pembatasan atas impor gula. Pemberlakuan batasan kuota tersebut dapat berupa pembatasan volume maupun nilai selama periode waktu tertentu. Maka apabila jumlah batasan tersebut dilanggar maka pengusaha importir akan menanggung sanksi. Misal impor komoditas ke negara tertentu dibatasi tidak boleh melebihi sekian ribu ton per tahun atau atau sekian juta dolar per tahun. Dampak dari penetapan kuota impor antara lain adalah meningkatkan permintaan produk yang akan diikuti dengan meningkatnya harga domestik dan produksi domestik. Berbeda dengan tarif impor, penetapan kuota impor ini tidak memberikan penerimaan pemerintah secara langsung, tetapi pemerintah dapat memungut penerimaan dari penerima lisensi impor. Juga berbeda dengan tarif impor, dengan kuota impor pembatasan volume arus impor dapat dipastikan dalam jumlah tertentu. Bagi produsen domestik, lebih menguntungkan penerapan kuota impor dibandingkan tarif ekspor karena dapat melindungi mereka dari produk asing dengan lebih efektif. Kesepakatan masyarakat ekonomi secara formal, hambatan perdagangan berbentuk kuota impor ini harus dijaui karena unsur restriksi yang jauh lebih tinggi dibandingkan tarif impor, yang dapat merusak perdagangan bebas.

Pembatasan ekspor sukarela. Pembatasan ekspor secara sukarela merupakan bagian dari kuota ekspor. Kuota ekspor adalah pembatasan secara langsung terhadap kuantitas ekspor dengan alasan utama biasanya adalah mencegah aliran keluar produk strategis dari dalam negeri, menjaga pasokan produk di pasar domestik, dan menjaga stabilitas harga produk. Pembatasan ekspor sukarela terjadi manakala negara importir mencoba memaksa negara eksportir tertentu untuk mengurangi ekspornya dengan “Sukarela”, karena kekhawatiran lumpuhnya industri tertentu dalam ekonomi domestik. Dampak yang dirasakan dari pembatasan ekspor sukarela ini serupa dengan pemberlakuan kuota impor, namun terdapat perbedaan bahwa tercipta keuntungan monopoli yang diterima oleh eksportir yang mendapatkan lisensi. Dibandingkan kuota impor, pembatasan ekspor sukarela ini kurang efektif dalam

mengurangi aliran impor. Hal ini disebabkan negara pengekspor akan berusaha melanggar batas ekspor tersebut, serta mengekspor produk yang kualitasnya tinggi dengan harga mahal untuk memaksimalkan batasan kuota. Dengan demikian pembatasan ekspor sukarela memberi beban biaya yang lebih tinggi pada negara importir. Pada skema ini pemerintah tidak mendapatkan penerimaan pemerintah dibandingkan penerapan tarif.

Kartel. Kartel merupakan organisasi produsen komoditas tertentu yang terdiri dari berbagai negara yang bekerja sama dan sepakat untuk membatasi *output* nya serta mengendalikan ekspor komoditas tersebut dengan tujuan memaksimalkan total keuntungan kartel.

Subsidi ekspor. Subsidi ekspor dilakukan dengan memberi keringanan pajak dan bantuan subsidi kepada para eksportir nasional.

Dumping. Dumping merupakan ekspor suatu produk dengan harga yang jauh di bawah harga pasar. Dumping dibagi tiga yaitu dumping terus menerus, dumping diskriminasi harga predator, dan dumping sporadis. Dumping terus menerus merupakan diskriminasi harga internasional dari perusahaan monopoli domestik dengan cara menjual produk dengan harga yang lebih mahal di pasar domestik sedangkan di pasar internasional harganya lebih murah. Hal ini dilakukan dengan tujuan memaksimalkan keuntungan. Perusahaan memasang harga murah di pasar internasional agar dapat bersaing dengan negara lain. Dumping diskriminasi harga predator adalah menjual produk dengan harga yang jauh lebih murah daripada pesaingnya dalam waktu sementara saja. Namun karena tujuannya mematikan produk pesaing, perbedaan harga yang tajam dapat menggeser produk pesaing. Sedangkan dumping sporadis menjual produk dengan harga yang lebih murah sedikit di pasar internasional dibanding domestik biasanya karena mengatasi surplus komoditas yang sesekali saja.

Standar administrasi dan peraturan yang menghambat impor. Selain itu perdagangan dapat dihambat melalui berbagai peraturan teknis, prosedur administratif yang ketat, dan standar-standar yang kaku. Contohnya dibahas berikut ini.

1. **Hambatan birokrasi.** Pemberlakuan aturan birokrasi yang berbelit-belit pada standar kesehatan, keamanan, prosedur pabean, hingga menyulitkan perdagangan. Hal ini efektif dilakukan bila pemerintah

ingin membatasi impor tanpa mengumumkannya secara formal karena khawatir akan dibalas oleh negara lain.

2. **Kebijakan mengutamakan produk domestik.** Pembelian produk-produk dalam negeri yang dilakukan oleh pemerintah atau perusahaan yang mendapat anggaran dari pemerintah walaupun harganya lebih mahal daripada produk sejenis yang diimpor.
3. **Pajak perbatasan.** Pajak perbatasan ialah pajak tidak langsung yang dibebankan kepada para pengekspor dengan maksud mengurangi beban pajak bagi importir domestik, sehingga keunggulan kompetitif eksportir turun.
4. **Subsidi kredit ekspor.** Subsidi ini berupa pinjaman yang diberikan kepada pembeli atau perusahaan importir dalam rangka membantu aktivitas ekspor impor.

K. RANGKUMAN MATERI

Tujuan utama setiap negara melakukan perdagangan adalah mencari keuntungan dari aktivitas perdagangan tersebut. Adam Smith memperkenalkan konsep keunggulan absolut, bahwa perdagangan antara dua negara terjadi akibat adanya keunggulan absolut, masing-masing negara bisa mendapatkan keuntungan dengan berspesialisasi menghasilkan komoditas yang dapat diproduksi secara lebih efisien. Namun, prinsip keunggulan absolut tidak dapat digeneralisasi untuk menjelaskan semua perdagangan antar negara.

Menurut Ricardo perdagangan seharusnya bukan pada keunggulan absolut, melainkan pada keunggulan komparatif yang menekankan pertimbangan untuk keputusan produksi pada biaya peluang bukan biaya per unit absolut. Prinsip ini merupakan salah satu teori perdagangan yang banyak digunakan dalam menganalisis pola perdagangan.

Pembatasan perdagangan yang paling umum digunakan adalah tarif. Tarif *ad valorem* pajak yang dikenakan berdasarkan angka persentase tertentu dari nilai barang-barang yang diimpor, sedangkan tarif spesifik dikenakan sebagai beban tetap unit barang yang diimpor. Tarif *compound* adalah merupakan gabungan dari tarif *ad valorem* dan tarif spesifik.

Walaupun tarif merupakan bentuk hambatan perdagangan yang paling umum, namun masih banyak bentuk-bentuk restriksi atau proteksi perdagangan yang lain. Instrumen hambatan perdagangan yang paling sering digunakan antara lain (1) pemberian subsidi ekspor, (2) pembatasan impor, (3) pembatasan ekspor secara sukarela, dan (4) persyaratan kandungan lokal. Beberapa jenis hambatan non tarif antara lain ialah kuota impor, pembatasan ekspor secara sukarela, kartel, subsidi ekspor, dumping, serta standar administrasi dan peraturan yang menghambat perdagangan lainnya.

TUGAS DAN EVALUASI

1. Berdasarkan pemikiran Adam Smith apa yang menjadi dasar dari perdagangan? Bagaimana perdagangan dapat menghasilkan keuntungan?
2. Jelaskan prinsip keunggulan absolut. Mengapa prinsip ini tidak dapat menjelaskan perdagangan secara sempurna?
3. Jelaskan prinsip keunggulan komparatif dan perbedaannya dengan prinsip keunggulan absolut.
4. Apakah yang dimaksud dengan nilai tukar perdagangan. Bagaimana cara mendapatkan hal tersebut?
5. Apa fungsi utama tarif di negara-negara maju. Apa pula fungsi tarif bagi negara-negara berkembang?
6. Jelaskan tujuan utama dari pengenaan tarif impor dan ekspor.
7. Mengapa sebagian besar negara masih menerapkan proteksi perdagangan padahal mereka sepenuhnya memahami manfaat perdagangan bebas?
8. Apakah yang dimaksud dengan hambatan perdagangan non tarif? Sebutkan contohnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Koo, W. W., & Kennedy, P. L. (2005). *International Trade and Agriculture*. Blackwell Publishing.
<https://doi.org/10.1108/ijshe.2005.24906dae.005>
- Krugman, P. R., & Obstfeld, M. (1999). *Ekonomi Internasional: Teori dan Kebijakan* (2nd ed.). Raja Grafindo Persada.
- Salvatore, D. (1995). *Ekonomi Internasional* (3rd ed.). Erlangga.
- Tweeten, L. (1992). *Agricultural Trade: Principles and Policies*. Westview Press, Inc.



EKONOMI PERTANIAN

BAB 11: PEMBANGUNAN PERTANIAN BERKELANJUTAN

Wahyu Setya Ratri, S.P., M.P.

Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa

BAB 11

PEMBANGUNAN PERTANIAN BERKELANJUTAN

A. PENDAHULUAN

Pembangunan pertanian memiliki dua arti yaitu pembangunan dan pertanian. Pembangunan sendiri dapat diartikan proses perubahan yang mencakup seluruh system sosial, seperti politik, ekonomi, infrastruktur, pertahanan, pendidikan dan teknologi, kelembagaan, dan budaya (Alexander 1994) dan Portes (1976) dalam Badrudin (2015) mendefinisikan pembangunan sebagai transformasi ekonomi, sosial dan budaya. Menurut Deddy T. Tikson (2005) dalam Badrudin (2015) mengemukakan bahwa pembangunan nasional dapat pula diartikan sebagai transformasi ekonomi, sosial dan budaya secara sengaja melalui kebijakan dan strategi menuju arah yang diinginkan. Jadi pembangunan adalah proses perubahan yang direncanakan untuk memperbaiki berbagai aspek kehidupan masyarakat baik secara sosial dan ekonomi. Sedangkan pertanian menurut Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2013, pasal 1 ayat 4 adalah kegiatan mengelola sumber daya alam hayati dengan bantuan teknologi, modal, tenaga kerja, dan manajemen untuk menghasilkan komoditas pertanian yang mencakup tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, dan/atau peternakan dalam suatu agro ekosistem. Sehingga disini pembangunan pertanian berkelanjutan adalah proses kegiatan yang melibatkan seluruh sistem sosial dan ekonomi dalam pengelolaan sumber daya hayati demi tercukupinya kebutuhan pangan. Pada bab ini membahas juga tentang strategi pembangunan pertanian khususnya saat ini.

B. PEMBANGUNAN PERTANIAN BERKELANJUTAN

Pembangunan pertanian adalah kegiatan yang dilakukan dengan melibatkan masyarakat, khususnya petani, untuk mengubah lebih baik

dari segi sosial dan ekonomi. Pembangunan pertanian saat ini merupakan pembangunan pertanian berkelanjutan dan terpadu, karena saat ini pertanian di Indonesia dihadapkan pada beberapa sisi, yaitu adanya krisis pangan, anomali cuaca, dampak *Covid-19*, dan pertumbuhan serta penyebaran penduduk yang tidak merata. Pemerintah merencanakan kegiatan Pertanian Terpadu, yaitu praktik pertanian yang mengintegrasikan kegiatan peternakan dan pertanian yang saling menguntungkan. Pertanian terpadu dalam pembangunan pertanian berkelanjutan adalah bagaimana memenuhi pangan melalui pupuk, pangan (baik pangan manusia maupun ternak), dan pemenuhan protein (melalui peternakan sapi).

Keberhasilan pembangunan pertanian berkelanjutan, dapat dilihat tahun 2021, ekonomi Indonesia pada kuartal 1 mengalami pertumbuhan yang signifikan, meski masih terjadi kontraksi. Dari sisi lapangan usaha, 64,13% ekonomi Indonesia berasal dari sektor pertanian, industri, perdagangan, konstruksi, dan pertambangan. Dari kelima sektor tersebut, hanya sektor pertanian yang masih mengalami laju pertumbuhan positif sebesar 2,15%. Data mencatat, sektor pertanian tetap tangguh selama pandemi Covid-19 dengan kontribusi nilai ekspor mencapai USD 0,4 miliar atau 3% dari total ekspor Indonesia. Ekspor sektor pertanian mengalami kenaikan signifikan di masa pandemi Covid-19 dengan kenaikan 16,2% dan 20,8%. (Siaran press Kementerian Ekonomi, 2021)

Untuk menunjang pembangunan pertanian berkelanjutan maka pemerintah, melakukan beberapa strategi. Beberapa strategi yang diterapkan pemerintah akhirnya membuahkan hasil, dimana pada tahun ini stock beras mencapai 10,8 juta ton dan mendapatkan penghargaan dari *International Rice Research Institute* (IRRI) sebagai pengakuan atas sistem pertanian-pangan yang tangguh dan swasembada beras tahun 2019-2021 melalui penggunaan teknologi inovasi padi. Sektor pertanian pada tahun 2021 tumbuh 1,84% dan berkontribusi terhadap perekonomian nasional sebesar 13,28%. Kemudian pada Q2-2022, sektor pertanian menunjukkan konsistensi dengan pertumbuhan positif 1,37% dan berkontribusi 12,98% terhadap perekonomian nasional. Tren positif tersebut juga turut menjaga kesejahteraan petani dengan capaian Nilai Tukar Petani (NTP) tertinggi pada Maret 2022 yakni sebesar 109,29 sedangkan NTP pada Juli 2022

tercatat sebesar 104,25. Sementara itu, prognosa pangan nasional tahun 2022, khususnya pada komoditas beras, menunjukkan adanya surplus 7,5 juta ton. Hal ini melanjutkan tren positif swasembada beras dengan produksi beras pada tahun 2020 sebesar 31,4 juta ton dan tahun 2021 sebesar 31,2 juta ton. Hal tersebut menunjukkan bahwa kondisi produksi beras yang relatif stabil dari tahun ke tahun berdampak positif terhadap terjaganya harga beras nasional di tingkat konsumen. (Siaran press Kementan, 2022)

C. STRATEGI PERTANIAN BERKELANJUTAN

Strategi berasal dari bahasa Yunani *strategia* (*stratos* = militer dan *ag* = memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Sehingga menurut Tjiptono (2008) strategi adalah suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah - daerah tertentu untuk mencapai tujuan tindakan tertentu. Sehingga strategi bisa juga diartikan sebagai ilmu perencanaan dan penentuan arah operasi-operasi bisnis berskala besar, menggerakkan semua sumber daya perusahaan yang dapat menguntungkan secara aktual dalam bisnis. Menurut Jhon A. Bryne dalam Hasan (2010) didefinisikan sebagai sebuah pola yang mendasar dari sasaran dan direncanakan, penyebaran sumber daya dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing, dan faktor-faktor lingkungan.

Pemerintah melalui Kementerian Pertanian menurut Safira (2021) melakukan beberapa strategi untuk mempertahankan pertumbuhan positif di sektor pertanian dengan beberapa cara, antara lain:

1. Meningkatkan produktivitas
Tanaman pangan sebagai kebutuhan utama masyarakat harus terus ditingkatkan produktivitasnya. Lahan pertanian alternatif potensial seperti di *food state* Kalimantan Tengah, akan meningkatkan stok pangan nasional.
2. Diversifikasi pangan lokal
Makanan pokok masyarakat tidak hanya bertumpu pada beras. Potensi sumber karbohidrat lainnya seperti singkong, jagung, sagu, pisang, kentang, talas, dan sorgum harus dibiasakan untuk mensubstitusi beras.

3. Penguatan cadangan logistik
Lumbung pangan nasional yang dikelola Bulog harus diperkuat. Pengelolaan pangan ini bisa diperkuat dengan penguatan cadangan pangan di tingkat provinsi hingga desa oleh masyarakat secara langsung.
4. Modernisasi pertanian
Modernisasi dan mekanisasi pertanian melalui pendekatan teknologi dan peran generasi muda, menjadikan lahan pertanian tergarap maksimal.

Kementerian Pertanian (Kementan) mencanangkan strategi pembangunan di Komando Strategis Pembangunan Pertanian (Kostratani) yang dilakukan oleh Menteri Pertanian Syahrul Yasin Limpo. Strategi yang diterapkan Kementan melalui Kostratani adalah membentuk Badan Penyuluh Pertanian (BPP) dimana BPP sebagai Pusat Data dan informasi, Pusat Konsultasi Agribisnis, Pusat Gerakan Pembangunan Pertanian, Pusat Pembelajaran, juga Pusat Pengembangan Jejaring Kemitraan. Diharapkan dengan adanya BPP Pertanian dan makanan yang berkelanjutan membutuhkan mekanisme tata kelola yang bertanggung jawab dan efektif (Siaran Press Kementan, 2021).

Adapun dalam menjalankan strategi pertanian Kementan melakukan prinsip pertanian berkelanjutan berdasarkan FAO, yang bertujuan untuk menciptakan sistem nasional, regional dan global yang mempromosikan di tingkat sosial, ekonomi dan lingkungan. Prinsip ini meliputi:

1. Meningkatkan efisiensi dalam penggunaan sumber daya sangat penting untuk pertanian. Produksi pertanian tumbuh, oleh karena itu, praktik aktual berorientasi pada sistem produksi cerdas yang memungkinkan penghematan air dan energi serta mengurangi emisi gas dan pupuk.
2. Membutuhkan kegiatan langsung untuk melestarikan, melindungi dan meningkatkan sumber daya alam. Sumber daya alam merupakan basis produksi pertanian yang artinya agar produksi pertanian dapat berkelanjutan maka eksploitasi sumber daya alam juga harus dilakukan. Oleh karena itu, perlu dilakukan tindakan pembangunan

untuk mengurangi dampak negatif dan memperbaiki kondisi sumber daya alam.

3. Pertanian yang tidak berhasil melindungi dan meningkatkan gaya hidup pedesaan dan kesejahteraan sosial tidak berkelanjutan. Pertanian adalah cara hidup bagi 2.500 juta orang di dunia dan banyak rumah pedesaan ini terhubung dengan kemiskinan. Agar sektor pertanian, maka harus ditawarkan kondisi yang sehat, aman dan layak.
4. Memperkuat ketahanan masyarakat, komunitas, dan ekosistem sangat penting untuk pertanian. Perubahan iklim, ketidakstabilan harga dan konflik sipil mempengaruhi semua masyarakat dan juga produksi pertanian. Maka, untuk mewujudkan pertanian yang diperlukan adanya ketahanan kerja dalam dimensi alam dan manusia.
5. Sektor pertanian eksis dan berkelanjutan, maka masyarakat dan perkebunan swasta harus bekerja sama, mengembangkan politik yang menjamin keadilan, transparansi dan supremasi hukum.
(Siaran press Kementan, 2021)

Penjabaran dari implementasi prinsip pertanian berkelanjutan, menurut Menko Airlangga menjelaskan, secara khusus stimulus dan insentif yang dikeluarkan untuk tetap menjaga kinerja di sektor pertanian dan perikanan, antara lain:

1. Program Padat Karya Pertanian, merupakan kegiatan produktif yang dilaksanakan dalam rangka memberikan kesempatan kerja dan menambah penghasilan bagi petani pada saat musim paceklik. Contoh program ini adalah pembukaan daerah-daerah marginal menjadi *food estate*.
2. Program Padat Karya Perikanan adalah kegiatan yang pembangunan irigasi perikanan tambak/kolam, minapadi, bantuan keramba jaring apung (KJA) budidaya laut, klaster kawasan tambak udang, dan klaster kawasan tambak udang milenial (MSF). Contoh program ini adalah membuka tambak-tambak baru di areal bekas sawah atau dekat dengan laut
3. Banpres Produktif UMKM Sektor Pertanian adalah kegiatan untuk membantu perekonomian petani dengan memberikan kredit lunak,

memberikan asuransi bagi petani, dan memberikan apresiasi berupa suku bunga rendah bagi petani yang akan melakukan kegiatan pertanian

4. Subsidi Bunga Mikro/Kredit Usaha Rakyat adalah memberikan bantuan lunak berupa KUR dan bantuan pertanian lain
5. Dukungan Pembiayaan Koperasi dengan Skema Dana Bergulir Sebagai penunjang dari implementasi strategi pembangunan pertanian berkelanjutan, pemerintah menyusun kebijakan dalam menjaga rantai ketahanan pangan nasional. Kebijakan itu melalui Kebijakan Permentan Nomor 10/2022, meliputi:
 1. Implementasi UU Cipta Kerja untuk terkait penyederhanaan, percepatan, kepastian dalam perizinan, serta persetujuan ekspor/impor.
 2. Digitalisasi UMKM yang merupakan bentuk realisasi dari dua agenda besar Pemerintah saat ini, yaitu agenda Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) dan Transformasi Digital.
 3. Sinergi BUMN untuk distribusi hasil pertanian dari sentra produksi ke sentra konsumen, yaitu pengembangan sistem logistik pangan berbasis transportasi Kereta Api dalam bentuk distribusi bahan pangan ke wilayah timur.
 4. Penguatan kerja sama antardaerah khususnya dalam pemenuhan pangan.
 5. Pembentukan holding BUMN Pangan dalam penguatan Ekosistem Pangan Nasional.

D. RANGKUMAN MATERI

1. Pembangunan pertanian berkelanjutan adalah proses kegiatan yang melibatkan seluruh sistem sosial dan ekonomi dalam pengelolaan sumber daya hayati demi tercukupinya kebutuhan pangan
2. Program Kementan ada 5, antara lain ketersediaan akses dan konsumsi pangan berkualitas, nilai tambah dan daya saing industri, riset dan inovasi iptek, pendidikan dan pelatihan vokasi, serta dukungan manajemen.
3. Strategi pembangunan pertanian adalah sebagai sebuah pola yang mendasar dari sasaran dan direncanakan, penyebaran sumber daya

dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing, dan faktor-faktor lingkungan.

4. Strategi untuk mempertahankan pertumbuhan positif di sektor pertanian dengan beberapa cara, antara lain: meningkatkan produktivitas, diversifikasi pangan local, penguatan cadangan logistik, dan modernisasi pertanian
5. Prinsip pertanian yang mendukung strategi pertanian, menurut FAO, adalah: meningkatkan efisiensi dalam penggunaan sumber daya sangat penting untuk pertanian, kegiatan yang langsung untuk melestarikan, melindungi dan meningkatkan sumber daya alam, pertanian yang berhasil melindungi dan meningkatkan gaya hidup pedesaan dan kesejahteraan sosial, serta sektor pertanian eksis dan berkelanjutan, maka masyarakat dan perkebunan swasta harus bekerja sama, mengembangkan politik yang menjamin keadilan, transparansi dan supremasi hukum.
6. Program-program yang dijalankan untuk implementasi strategi pertanian, adalah Program Padat Karya Pertanian, Program Padat Karya Perikanan, pemberian Banpres Produktif UMKM Sektor Pertanian, Subsidi Bunga Mikro/Kredit Usaha Rakyat, dan Dukungan Pembiayaan Koperasi dengan Skema Dana Bergulir
7. Arah strategi pembangunan pertanian berkelanjutan dijalankan dengan adanya Kebijakan Permentan Nomor 10/2022, meliputi Implementasi UU Cipta Kerja, Digitalisasi dan Sinergi UMKM, Sinergi BUMN untuk distribusi hasil pertanian, Penguatan kerja sama antardaerah khususnya dalam pemenuhan pangan, serta Pembentukan holding BUMN Pangan dalam penguatan Ekosistem Pangan Nasional.

TUGAS DAN EVALUASI

Buatlah artikel dengan mengusung tema-tema berikut:

1. Program unggulan pemerintah di daerahku
2. Pembangunan pertanian di daerahku

Paper dibuat dengan menggunakan kertas HVS A4, panjang halaman maksimal 2 lembar, dengan TNR 12, dan spasi 1.5. Paper paling lambat dikumpulkan pada pertemuan atau tatap muka minggu depan. Jangan lupa cantumkan acuan atau sumber penulisan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2010), h.29.
- Badruddin. Syamsiah, 2015, *Pengertian Pembangunan Menurut Prof. Dr. Hj. Syamsiah Badruddin, M.Si*,
<https://bappeda.bulelengkab.go.id/informasi/detail/artikel/pengertian-pembangunan-menurut-prof-dr-hj-syamsiah-badruddin-m-si-48>, diakses 2 Agustus 2022
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008), h.3. 2
- Magister Agribisnis Universitas Medan Area, 2020, *Prinsip Pertanian Berkelanjutan* <http://ma.uma.ac.id/2020/10/06/prinsip-pertanian-berkelanjutan/> diakses 10 Agustus 2022
- Mahmuddin.M, 2021, *Paradigma Pembangunan Pertanian: Pertanian Berkelanjutan Berbasis Petani Dalam Perspektif Sosiologis* <http://jurnal.unsyiah.ac.id/JSU/article/view/10599/8364>, diakses 2 Agustus 2022
- Media Indonesia, 2021, *Kementan Canangkan Strategi Pembangunan Pertanian di Kostratani*,
<https://mediaindonesia.com/ekonomi/333875/kementan-canangkan-strategi-pembangunan-pertanian-di-kostratani> diakses 16 Agustus 2022
- Safira Fitri, 2020, *4 Strategi agar Sektor Pertanian Tetap Tumbuh saat Resesi*
<https://economy.okezone.com/read/2020/10/07/320/2289805/4-strategi-agar-sektor-pertanian-tetap-tumbuh-saat-resesi>, diakses 17 Agustus 2022

Siaran Pres Kementan, 2021, Strategi Pemerintah Mendorong Ketahanan Pangan dan Kesejahteraan Petani, <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/3044/strategi-pemerintah-mendorong-ketahanan-pangan-dan-kesejahteraan-petani> di akses 16 Agustus 2022

Siaran press Kementerian Ekonomi, 2022, Kembangkan Ketangguhan Sektor Pertanian, Indonesia Raih Penghargaan dari International Rice Research Institute <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4443/kembangkan-ketangguhan-sektor-pertanian-indonesia-raih-penghargaan-dari-international-rice-research-institute> diakses 12 Agustus 2022



EKONOMI PERTANIAN

BAB 12: PROGRAM-PROGRAM PERTANIAN

Wahyu Setya Ratri, S.P., M.P.

Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa

BAB 12

PROGRAM-PROGRAM PERTANIAN

A. PENDAHULUAN

Pemerintah dalam melaksanakan kebijakan-kebijakan di sektor pertanian biasanya membuat skala prioritas yang terjabarkan dalam program kebijakan pertanian. Pemerintah melalui Kementerian Pertanian (Kementan) pada tahun 2022 meluncurkan 5 program Kementan. Program Kementan, antara lain ketersediaan akses dan konsumsi pangan berkualitas, nilai tambah dan daya saing industri, riset dan inovasi iptek, pendidikan dan pelatihan vokasi, serta dukungan manajemen. Program ini bertujuan untuk meningkatkan produktivitas petani, mengembangkan pertanian digital, dan juga memperluas pemasaran sektor pertanian (Media Indonesia, 2022). Dalam penjabarannya, pemerintah melalui Kementan mempunyai tiga program unggulan yaitu penyediaan layanan Kredit Usaha Rakyat (KUR), program Gerakan Tiga Kali Ekspor (*Gratieks*) dan pembentukan Komando Strategi Pembangunan Pertanian (Kostra Tani). Inti dari program pembangunan pertanian adalah bagaimana sinergi antara pemerintah (melalui lembaga penyuluh pertanian) bisa memaksimalkan petani (sebagai ujung tombak pelaksanaan) dan swasta (penyedia sarana dan prasarana pertanian) bisa memaksimalkan kinerjanya dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan petani. (Deptan, 2022)

B. RINCIAN PEMBAHASAN MATERI

Program-Program Pertanian

Kementerian pertanian (Kementan) melalui kebijakan yang tertuang dalam Peraturan Menteri Pertanian Nomor 1 Tahun 2022, menyatakan bahwa dalam program-program pembangunan pertanian bertujuan selain untuk mensejahterakan masyarakat khususnya petani, juga

mensejahterakan masyarakat dan mencukupi hajat hidup orang banyak. Pembangunan pertanian ini mempunyai program, antara lain:

1. Program Peningkatan Kesejahteraan Petani, melalui kegiatan, antara lain:
 - a. Pelatihan petani dan pelaku agribisnis
 - b. Anti Poverty Program (APP) Bidang Pertanian
 - c. Jalinkesra Penanganan Rumah Tangga Sangat MiskinProgram ini bertujuan untuk mengentaskan petani yang masih menggunakan peralatan tradisional dan membangun peradaban petani menjadi petani yang sejahtera
2. Program Peningkatan Ketahanan Pangan (Pertanian/Perkebunan), melalui kegiatan, antara lain:
 - a. Pembinaan dan Pengembangan sarana dan prasarana petani
 - b. Pengembangan jaringan irigasi usaha tani, desa (JITUT, JIDES)
 - c. Pengembangan pupuk organik
 - d. Pengembangan usaha tani pertanian
 - e. Identifikasi, Monitoring, dan penyebaran informasi program pertanian
 - f. Proteksi tanaman pangan dan hortikultura
 - g. Pengelolaan data statistik tanaman pangan dan hortikultura
 - h. Pengembangan teknologi pertanian
 - i. Pengembangan tanaman pangan
 - j. Pendidikan Kemasyarakatan dalam Rangka Mendukung Proteksi Tanaman Pangan dan Hortikultura
 - k. Pendidikan Kemasyarakatan Produktif dalam rangka Pengembangan Tanaman Pangan

Program ini menitik beratkan pada pembangunan infrastruktur dan sarana prasarana pertanian dengan tujuan agar pembangunan pertanian merata dari ujung pulau ke ujung pulau lainnya, sehingga tidak ada lagi ketimpangan di sektor pangan

3. Program Peningkatan Produksi Pertanian/Perkebunan, melalui kegiatan:
 - a. Pembinaan dan Pengembangan Hortikultura
 - b. Pengembangan Produksi Benih Hortikultura
 - c. Pengembangan Produksi Benih Padi

Program ini menitikberatkan pada ketersediaan benih dan bibit untuk petani, khususnya bibit dan benih yang menopang pangan dan kestabilan pangan. Program ini juga untuk mencegah jangka panjangnya ketergantungan pada import bahan pangan yang selama ini dilakukan (jagung, bawang, dan padi). Program ini nantinya bisa berkesinambungan dengan riset yang dilakukan oleh akademisi.

4. Program Pengembangan Agribisnis, melalui kegiatan:
 - a. Pengembangan sistem agribisnis melalui *Cooperatif Farming*
 - b. Pengembangan kualitas dan mutu produk melalui Sistem *Good Agricultural Practices* (GAP)
 - c. Peningkatan penanganan pascapanen dan pengolahan hasil
 - d. Peningkatan standar mutu produk
 - e. Peningkatan pemasaran produk-produk komoditas
 - f. Pengembangan Kerja sama antar daerah
 - g. Pengembangan PUSPA Lebo-Sidoarjo sebagai contoh sistem integrasi agribisnis di Jawa Timur
5. Program Pengembangan Kawasan Agropolitan dengan pembangunan fasilitas Pengembangan Kawasan Agropolitan dengan program-program *Food Estate* di beberapa lokasi sebagai lumbung pangan.
6. Program Pemberdayaan Penyuluh Pertanian, Perkebunan, Peternakan dan Perikanan dengan memfasilitasi sarana prasarana penyuluhan, misalnya dengan membuka sekolah penyuluhan, meningkatkan peran serta penyuluh, dan memfasilitasi kerja penyuluh.
7. Program Pelayanan Administrasi Perkantoran dengan meningkatkan pelayanan administrasi perkantoran melalui pelayanan satu atap dan pelayanan yang terintegrasi dengan layanan publik yang mudah diakses oleh masyarakat khususnya petani.

8. Program Peningkatan Sarana dan Prasarana Aparatur, melalui kegiatan:
 - a. Pemeliharaan rutin/ berkala gedung kantor
 - b. Pemeliharaan rutin/ berkala kendaraan dinas/ operasional

Program peningkatan sarana dan prasarana aparatur melalui pembenahan gedung dan kendaraan yang dipergunakan oleh penyuluh pertanian, pemberian kendaraan operasional yang memadai untuk penyuluh yang berada di tempat terpencil, dan memfokuskan pada integrasi dan peran serta pemerintah setempat dalam memfasilitasi penyuluh untuk melakukan penyuluhan di desa.
9. Program Peningkatan Disiplin Aparatur, dengan melakukan kegiatan:
 - a. Pengadaan pakaian dinas beserta perlengkapannya
 - b. Peningkatan disiplin aparatur, khususnya penyuluh dan dinas terkait

Upaya penegakan disiplin aparatur ini dimaksudkan agar program pemerintah di bidang pelayanan berjalan dan tepat sasaran. Hal ini untuk mencegah adanya praktik kecurangan yang dilakukan oleh aparatur. Selain itu dengan adanya disiplin maka kegiatan evaluasi dan monitoring akan berjalan dengan lancar.
10. Program Peningkatan Kapasitas Sumber Daya Aparatur dengan peningkatan kapasitas sumber daya aparatur.

Program peningkatan kapasitas sumber daya aparatur dapat dilakukan dengan berbagai upaya, antara lain dengan melakukan rotasi aparat, pemberian izin sekolah, studi banding, hingga memberikan kesempatan kepada aparatur terutama penyuluh pertanian untuk ikut *workshop* dan kegiatan yang sejenis. Tujuannya agar aparat bisa mengikuti perkembangan juga bisa memodifikasi program agar program pemerintah bisa berjalan dan tepat sasaran
11. Program Peningkatan Pembangunan Sistem Pelaporan Capaian Kinerja dan Keuangan dengan melakukan penyusunan laporan keuangan semesteran.

Tujuan program pelaporan ini sebagai bahan evaluasi dan kajian dari semua kegiatan yang dilakukan oleh aparat. Sehingga untuk

penyusunan kegiatan berikutnya bisa sesuai dengan anggaran. Artinya dengan adanya penyusunan laporan keuangan ini bisa memangkas beberapa anggaran yang diperlukan dan tidak diperlukan untuk kegiatan berikutnya. Diharapkan dengan adanya laporan keuangan yang menyeluruh bisa menggambarkan berapa dana yang terserap oleh program tersebut, berapa dana yang tidak terserap, dan berapa dana yang kurang terserap.

12. Program Peningkatan Kapasitas Kelembagaan Pemerintah Daerah dengan menyusun *database* beberapa SKPD sebagai penunjang pusat data pelaporan.

Pendirian beberapa Satuan Kerja Pemerintah Daerah (SKPD) bertujuan untuk lebih memusatkan kinerja pemerintah, terutama untuk menyusun kegiatan pembangunan pertanian yang berwawasan pada pedesaan. Selain itu adanya SKPD sebagai kontrol atas kinerja yang dilakukan pemerintah daerah dan penyuluh lapangan dalam melaksanakan kegiatan pembangunan pertanian.

Desa pertanian organik merupakan salah satu program Kementerian Pertanian (Kementan) yang memiliki banyak tujuan. Program ini bermanfaat untuk memperbaiki mutu hasil panen, menghindarkan dampak kesehatan dan ekologis dari residu pestisida kimiawi sehingga komoditas ataupun hasil olahan produk pertanian serta perkebunan aman, berkualitas, ramah lingkungan, dan menciptakan masyarakat Indonesia yang sehat.

Salah satu contoh lokasi yang dipilih menjadi kawasan desa pertanian organik adalah Desa Giri Mekar, Kecamatan Cilengkrang, Kabupaten Bandung. Lokasi ini dipilih karena adanya produk unggulan yaitu kopi arabika yang dikelola secara mandiri dengan menggunakan pupuk organik. Kemandirian petani disini adalah mengolah kotoran ternak (kambing dan sapi) menjadi pupuk yang digunakan untuk perkebunan kopi mereka. Adanya bantuan pemerintah berupa peralatan pengolahan kopi dan pupuk menunjang produktivitas kopi yang ditanam, 20 persen. Selain itu adanya sertifikasi SNI, EU, dan IFOAM pada lahan dan produk kopi. Selain

itu mereka melakukan pengendalian hama pun sudah secara hayati. (Disbun, 2020)

Jumlah anggota Kelompok Tani Desa Organik Giri Senang sebanyak 31 orang dan kebun organik yang dikelola seluas 22,86 hektare dengan konversi seluas 2,78 hektare. Jumlah produksi chery kopi organik yang dihasilkan sebanyak 31,3 ton dengan konversi 3 ton. Jenis kopi yang dikembangkan adalah Arabika Buhun dan Sigararutang. Kopi yang dihasilkan oleh kelompok tani ini sudah didistribusikan ke Jabodetabek, Medan, Jawa Tengah, dan Jawa Timur. Total jumlah biji kopi yang dijual setiap tahunnya mencapai 400 ton. Selain itu, kelompok tani ini mengembangkan pasarnya ke pasar ekspor dengan mengirimkan sampel biji kopi ke Athena, Yunani, pada tahun 2019

Program-program pertanian yang dijalankan oleh pemerintah bertujuan untuk mensejahterakan masyarakat dengan melalui program unggulan yang terjabarkan dalam 12 program kebijakan pemerintah.

C. RANGKUMAN MATERI

Materi program pemerintah:

1. Program pemerintah adalah program dasar dari Nawacita yang bertujuan untuk mensejahterakan masyarakat melalui Kementerian Pertanian (Kementan)
2. Program Kementan ada 5, anatra lain ketersediaan akses dan konsumsi pangan berkualitas, nilai tambah dan daya saing industri, riset dan inovasi IPTEK, pendidikan dan pelatihan vokasi, serta dukungan manajemen.
3. Kementan dalam penjabaran 5 program pemerintah mempunyai tiga program unggulan yaitu penyediaan layanan Kredit Usaha Rakyat (KUR), program Gerakan Tiga Kali Ekspor (*Gratieks*) dan pembentukan Komando Strategi Pembangunan Pertanian (Kostra Tani).
4. Selain itu untuk lebih mengena ke masyarakat program-program dari Kementan, maka Kementan mempunyai 12 program yang dituangkan dalam Peraturan Menteri Pertanian Nomor 1 Tahun 2022.
5. Salah satu contoh keberhasilan program pemerintah menjadikan desa Desa Giri Mekar, Kecamatan Cilengkrang, Kabupaten Bandung sebagai desa unggulan pengelolaan lahan kopi dengan pertanian organik

TUGAS DAN EVALUASI

Buatlah paper dengan mengusung tema-tema berikut:

1. Desa unggulan bisa mensejahterakan petani
2. Program pemerintah yang berhasil mensejahterakan petani di daerahku

Paper dibuat dengan menggunakan kertas HVS A4, panjang halaman maksimal 2 lembar, dengan TNR 12, dan spasi 1.5. Paper paling lambat dikumpulkan pada pertemuan atau tatap muka minggu depan. Jangan lupa cantumkan acuan atau sumber penulisan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, 2022, Program Unggulan, *<https://mediaindonesia.com/nusantara/464467/genjot-pembangunan-pertanian-kementan-jabarkan-5-program-unggulan-sdm-di-2022>*. Diakses 12 Juni 2022
- Dinas Pertanian Tanaman Pangan, 2022, Tiga Program Kementan Untuk Meningkatkan Produksi dan Kesejahteraan Petani. *<https://www.pertanian.go.id/home/?show=news&act=view&id=4130>*. Diakses 12 Juni 2022



EKONOMI PERTANIAN

BAB 13: PERJANJIAN DAN KERJASAMA INTERNASIONAL DALAM HASIL PERTANIAN

Rahmah Farahdita Soeyatno, S.P., M.Si.

Universitas Pamulang

BAB 13

PERJANJIAN DAN KERJASAMA INTERNASIONAL DALAM HASIL PERTANIAN

A. PENDAHULUAN

Liberalisasi perdagangan ditandai dengan semakin terbukanya suatu negara terhadap negara lain dalam interaksi ataupun kegiatan ekspor dan impor, baik dalam hal investasi, aliran barang dan jasa, modal dan sumber daya manusia. Salah satu tujuan perdagangan internasional suatu negara maupun entitas ekonomi tertentu adalah untuk meningkatkan devisa negara yang berdampak terhadap meningkatnya kesejahteraan nasional yang jauh lebih besar dibandingkan tidak melakukan liberalisasi perdagangan (Zulkarnaen, I., et al, 2012). Selain itu, menurut Rinaldi, M., et al, (2017) menyebutkan bahwa perdagangan internasional yang terjadi antar negara juga menyebabkan kenaikan pada pendapatan nasional, transaksi modal, cadangan devisa, serta kesempatan kerja yang semakin luas. Indonesia adalah negara berbentuk kepulauan yang memiliki kekayaan sumber daya melimpah. Sistem ekonomi yang dianut menunjukkan Indonesia adalah salah satu negara yang aktif melakukan aktivitas perdagangan internasional dengan negara lain.

Dari sisi perdagangan internasional, sektor pertanian merupakan sektor yang sensitif dan sangat vital bagi Indonesia. Sebagai negara agraris, Indonesia berkepentingan dengan sektor pertanian untuk melindungi pelaku petani dan nelayan lokal, dan menjaga ketahanan pangan nasional, serta untuk meningkatkan daya saing produk lokal. Perjanjian perdagangan internasional mempunyai beberapa isu pertanian, antara lain keamanan pangan, perlindungan khusus di bidang pertanian untuk negara-negara berkembang, kepemilikan saham publik, lingkungan, dan kesejahteraan para petani. Selain itu, kondisi geografis Indonesia yang strategis dan beriklim tropis telah menjadikan kualitas potensi alam

Indonesia lebih unggul dari negara lain. Potensi ini harus dimanfaatkan secara optimal untuk memajukan Indonesia, terutama dalam sektor sumber daya yang dekat dengan alam, yaitu pertanian. Manfaat kerjasama internasional antara lain berdampak pada membangun persahabatan yang baik antar bangsa dan terhindar dari permusuhan dan peperangan, serta supaya kebutuhan suatu negara tercukupi.

Dengan kerja sama internasional akan memberikan manfaat untuk memenuhi kebutuhan negara. Selain bermanfaat untuk hubungan persahabatan dan ekonomi, kerja sama internasional juga memberikan manfaat untuk Indonesia agar dapat belajar dari pengalaman negara lain. Indonesia bisa belajar bagaimana membangun kekuatan untuk menjadi negara maju. Dengan pelajaran dari negara lain, dapat kita jadikan contoh dan pedoman bagi negara-negara untuk menjadi lebih maju dan menguasai pasar global dengan komoditas strategis. Nilai ekspor beberapa komoditas strategis tanaman pangan tahun 2020 yaitu: beras US\$ 1.012.398 (naik 44,75%), jagung US\$ 16.516.340 (naik 1.732%), kacang hijau US\$ 52.577.134 (naik 41,29%), kacang tanah US\$ 5.093.715 (naik 29,02%), dan kedelai US\$ 544.898 (turun 51,40%). Sedangkan untuk Nilai impor beberapa komoditas strategis tanaman pangan tahun 2020 yaitu: beras US\$ 195.409.001 (naik 6,05%), jagung US\$ 172.649.320 (turun 18,82%), kacang hijau US\$ 100.338.844 (naik 31,21%), kacang tanah US\$ 336.927.608 (turun 3,53%), dan kedelai US\$ 1.003.421.607 (turun 5,74%) (Statistik, B. P. (2021). Selain menghasilkan bahan pangan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, pertanian juga sedang menjadi prioritas untuk ditingkatkan produktivitasnya. Sektor pertanian Indonesia merupakan penyumbang terbesar kedua bagi pertumbuhan ekonomi nasional dari sisi produksi, setelah industri pengolahan/manufaktur. Sektor pertanian tetap lebih tinggi dibandingkan sektor lain seperti perdagangan dan konstruksi.

Keterlibatan pihak pemerintah pada perjanjian PTA/FTA bertujuan dalam rangka peningkatan produktivitas petani, kapasitas barang perdagangan, dan meningkatkan daya saing Indonesia, serta menjalin kerja sama internasional yang adil, setara, dan bermanfaat. Kondisi ini dirancang sebagai pendukung upaya pencapaian tujuan pembangunan nasional sebagaimana termuat pada visi dan misi agenda prioritas

pemerintah. Pihak pemerintah harus bertindak dalam bentuk perjanjian dan regulasi internasional dalam bentuk kerja sama dalam rangka menopang pertanian Indonesia dan memenuhi kebutuhan masyarakat. Pemerintah perlu untuk lebih memahami akibat dari perjanjian perdagangan internasional, agar mampu melakukan pengembangan strategi kebijakan yang lebih efektif.

B. TEORI KERJASAMA INTERNASIONAL

Ada banyak teori yang dapat menjelaskan kerja sama internasional, antara lain teori realisme, neoliberalisme, dan marxisme. Perkembangan teori realisme lebih dipengaruhi oleh latar belakang kondisi Perang Dunia I dan Perang Dunia II. Teori realis percaya bahwa negara adalah aktor rasional yang mencari kekuasaan dan kepentingan pribadi (*self-interested*) dan setiap kerja sama antar negara digambarkan secara kebetulan. Ada pandangan bahwa kerja sama internasional terlepas dari konflik kepentingan dan keuntungan sebagian orang bahkan antara negara dan masyarakat. Titik tolak kepentingan nasional bukan hanya kepentingan negara, tetapi juga lingkungan kelembagaan. Kondisi ini mengakibatkan distribusi atau polarisasi kekuatan (*distribution of power*) antar negara. Hubungan internasional adalah situasi anarki yang terdiri dari negara-negara yang beragam dengan kekuatan atau kemampuan relatif yang berbeda.

Teori neoliberal dikembangkan oleh John Burton, David Mitrany, Ernst B. Haas, Robert Keohane, dan Joseph S. Nye. Teori neoliberal ini ada setelah Perang Dunia I sebagai tanggapan atas ketidakmampuan negara untuk mengontrol dan membatasi perang dalam hubungan internasional. Burton, JW (1972) mengusulkan model jaring laba-laba dalam kerja sama internasional, menunjukkan keadaan negara-negara Eropa Barat yang terdiri dari banyak negara, yaitu kelompok orang yang berbeda dan memiliki jenis hubungan eksternal yang berbeda serta jenis kepentingan yang berbeda pula. Hubungan antara negara-negara Barat ditandai dengan saling ketergantungan yang kompleks. Ketika saling ketergantungan tinggi, negara-negara membentuk lembaga internasional untuk menangani masalah bersama dalam bentuk yang sama yaitu berupa organisasi internasional atau sebuah perjanjian formal untuk menangani

aktivitas atau masalah bersama. Para pendukung neoliberalisme percaya bahwa tidak hanya faktor produksi, faktor konsumsi dan faktor distribusi yang diatur oleh hukum pasar, tetapi semua aspek kehidupan juga tunduk pada hukum pasar.

Teori Marxis menolak pandangan realis/liberal mengenai konflik atau kerja sama negara, dengan fokus pada aspek ekonomi dan material. Pendukung Marxisme melihat sistem internasional sebagai sistem kapitalis terintegrasi yang mengejar akumulasi modal (*capital*). Kolonisasi membawa peluang baru berupa ketergantungan bahan mentah dan pasar ekspor yang jelas, bukan dekolonisasi. Di lain sisi, kesempatan baru dalam bentuk dependensi (ketergantungan) dibawa oleh dekolonisasi. Ketergantungan adalah hubungan kota-satelit yang dicirikan oleh monopolistik dan ekstraktif dalam sistem kapitalis dunia. Teori marxisme ini berkembang menjadi sebuah teori mengenai pembangunan, yaitu core dan periphery saling berposisi di dalam formasi sosial kapitalis di daerah dan menghambat perkembangan wilayah sekitarnya. Perkembangan teori kerja sama internasional merupakan pendekatan neomarxisme yang tidak menggunakan sistem nasional/ internasional sebagai unit analisis, tetapi berfokus pada kelas-kelas. Dalam pendekatan ini konteks perkembangan kapitalisme global sifatnya eksploitatif dan menciptakan kesenjangan ekonomi antara yang kaya dan miskin. Esensi dari kerja sama internasional adalah interaksi antara satu negara dengan negara lain yang sama-sama memiliki kepentingan nasional masing-masing seperti ekonomi, keamanan, pertahanan, dan militer (Sangit, V., & Haldipurkar, S., 2012). Sebagai contoh, adanya Pembangunan Terminal Barang Internasional (TBI) sebagai ujung tombak perubahan wajah beranda negara di Entikong. Jalur darat ini menjadi satu-satunya aktivitas ekspor-impor antar negara. Lalu, terdapat ketidakjelasan apakah kegiatan impor dan ekspor tersebut ditujukan ke beberapa negara di dunia atau hanya antara dua negara, yaitu Indonesia dan Malaysia. Pembicaraan ini masih berlangsung di tingkat kementerian sebagai kementerian utama seperti Kementerian Perdagangan, Kementerian Luar Negeri dan BNPP. Perlu upaya peningkatan regulasi dan intrastruktur yang efektif untuk pembangunan Terminal Barang Internasional (TBI), maka dapat meminimalkan kondisi disparitas yang ada. Regulasi tentang keterlibatan masyarakat lokal memperoleh benefid

berupa ekonomi lokal yang meningkat dan penyelenggaraan akses dalam berbagai hal, namun belum terlihat menjadi bahasan prioritas. Aspek kebermanfaatan dari Terminal Barang Internasional masih belum menjangkau masyarakat lokal. Hal ini dikarenakan terdapat penyeleksian pada produk-produk lokal yang layak menjadi produk ekspor (Niko, N., & Samkamaria, S., 2019). Kerja sama antar negara bertujuan untuk mempercepat proses peningkatan kesejahteraan dan penyelesaian masalah antara dua negara atau lebih (Buzan, B., & Schouenborg, L. (2018). Konsep ini didasarkan pada gagasan Holsti, K.J (1994), yang mengartikan sebuah kerja sama internasional sebagai: (1) pandangan dua atau lebih nilai kepentingan atau tujuan yang saling bertemu dan mampu menciptakan sesuatu, mempromosikan atau merealisasikan sesuatu oleh semua pihak; (2) keyakinan suatu negara bahwa regulasi yang ditentukan oleh negara lain akan membantu negara itu mencapai kepentingan dan nilai kebermanfaatan; (3) situasi yang muncul antara dua negara atau lebih dalam rangka memanfaatkan kepentingan yang sama atau bertentangan dengan kepentingan isu tertentu; (4) pedoman resmi atau tidak resmi yang mengatur transaksi yang akan datang untuk memenuhi kesepakatan; dan (5) transaksi antar negara untuk memenuhi kesepakatan. Supaya kepentingan nasional antarnegara dapat bertemu, maka persyaratan kerja sama internasional yang dilakukan sekurang-kurangnya mempunyai dua hal, antara lain: Pertama, kewajiban untuk menghormati kepentingan masing-masing anggota yang bersangkutan. Tanpa adanya penghargaan tidak mungkin dapat dicapai suatu kerja sama sesuai dengan apa yang diharapkan. Kedua, keputusan bersama saat mengatasi permasalahan yang ditimbulkan. Oleh sebab itu, agar memperoleh suara keputusan bersama, maka perlu adanya komunikasi dan konsultasi secara terus menerus. Kemudian, jumlah frekuensi komunikasi dan konsultasi harus lebih tinggi dibandingkan dengan komitmen (Hermanto, 2018).

C. PERJANJIAN *PREFERENTIAL TRADE AGREEMENT* DAN *FREE TRADE AGREEMENT* DI ASEAN

Perjanjian *Preferential Trade Agreement* (PTA) dan *Free Trade Agreement* (FTA) adalah kesatuan suatu proses integrasi ekonomi. Integrasi ekonomi adalah upaya untuk menciptakan struktur ekonomi

internasional yang lebih bebas melalui cara dengan menghilangkan semua hambatan perdagangan. Integrasi ekonomi digunakan sebagai indikator dalam memperluas jangkauan pasar bebas. Selain mekanisme, prinsip dari integrasi ini mempunyai persamaan dengan istilah perdagangan bebas. Integrasi ekonomi bisa berupa beberapa proses, antara lain (Salvatore, D., 2019):

1. Perjanjian perdagangan preferensial (PTA) adalah konvensi antar 2 negara atau lebih untuk memutuskan tarif dalam barang yang akan diperdagangkan. Dimana tarif besaran barang untuk negara anggota lebih rendah daripada menggunakan tarif yang diperdagangkan negara dari luar anggota. Definisi umum PTA yakni mencakup *Regional Trading Arrangement* (RTA). RTA adalah konvensi perdagangan antar negara-negara berkembang yang dibuat pada satu negara, konvensi perdagangan antar negara dan bentuk konvensi lainnya dan memiliki tujuan untuk memudahkan pendistribusian barang dan jasa.
2. Kawasan perdagangan bebas (*free trade area*) merupakan skema integrasi ekonomi yang lebih tinggi, yaitu seluruh hambatan perdagangan berupa tarif dan non tarif antar negara anggota telah dihilangkan sama sekali, tetapi tiap negara anggota tetap memiliki hak memilih sendiri apakah akan mempertahankannya, atau menghilangkan hambatan perdagangan yang dikenakan pada negara-negara di luar negara anggota. *Free Trade Agreement* dapat mengacu pada kesepakatan antara 2 negara atau lebih untuk membentuk kawasan perdagangan bebas.

FTA/PTA memiliki tujuan peningkatan volume perdagangan barang dan jasa, mobilitas modal dan tenaga kerja, produksi, efisiensi produksi dan daya saing produk yang dihasilkan. Tujuan didirikan FTA/PTA adalah untuk menciptakan manfaat bagi semua anggota. Hal ini supaya FTA dapat mengarah pada peningkatan spesialisasi produksi berdasarkan keunggulan komparatif (Lapiqi, 2005). Perjanjian FTA/PTA didukung oleh skema Rules of Origin (RoO) yang pada umumnya penerapan tarif yang berbeda untuk negara-negara non-anggota. Penerapan Skema RoO adalah untuk mencegah barang diimpor dengan tarif terendah melalui negara anggota FTA/PTA, dan kemudian mendistribusikan barang itu ke negara anggota

dengan tarif lebih tinggi. Menurut Studi Pengembangan Kebijakan P. Organisasi Internasional (2016), untuk dapat dipergunakan sepenuhnya FTA/PTA, setiap komponen perlu memahami kandungan dari perjanjian perdagangan yang telah disahkan serta terkait perihal yang dinegosiasikan meliputi sektor pertanian dan UMKM. Di bawah ini adalah ringkasan rencana FTA/PTA yang disetujui dalam kerangka ASEAN;

1. ASEAN FTA (AFTA)- ATIGA

AFTA dibentuk saat perundingan keempat Kepala Negara ASEAN (ASEAN Culmination) di Singapura tahun 1992, dimana seluruh kepala negara mendeklarasikan pembentukan area perdagangan yang efisien di ASEAN (AFTA) kurang waktu 15 tahun. Jenis penyempurnaan kesepakatan dari skema ASEAN *Free Trade Area-Common Effective Preferential Tariff* (AFTA-CEPT) di tahun 2009 adalah ASEAN *Trade in Goods Agreement* (ATIGA). Tugas AFTA CEPT adalah menangani tarif, khususnya pengurangan atau penghapusan tarif atas produk-produk yang diperdagangkan oleh ASEAN. ATIGA adalah bagian dari aliansi Internasional. Selain *Trade-in-Goods dan Trade-in-Service* (TIS), ATIGA juga mengelola komponen non-tarif, antara lain Sanitary and Phytosanitary Measures (SPS), Prosedur Kepabeanan, Fasilitasi Perdagangan, serta tarif. Sebagian besar negara ASEAN sebenarnya bergantung pada perdagangan sebagai komoditas pertanian, sehingga di bawah pengaturan ATIGA, produk pertanian, terutama yang belum ditangani maka diklasifikasikan sebagai kategori sensitif dan sangat sensitif. Pada *Schedule D* (Touchy Rundown), kewajiban impor bea komoditas pertanian menghadapi penurunan sebesar 0-5% untuk Indonesia. Sementara itu, produk pertanian tepat pada *Schedule E* (*Highly Sensitive List*) masih bergantung pada tarif MFN.

2. ASEAN - CHINA FTA (ACFTA)

ASEAN dan China menyepakati Framework Arrangement on ASEAN-China Comprehensive Economic Cooperation, adalah bukti penguatan kerjasama ekonomi antara ASEAN dan China pada November 2002. Tahun 2010, ASEAN China Free Trade Agreement (ACFTA) menghasilkan kesepakatan. Dalam kerangka Early Harvest Program (EHP) terdapat kerja sama di sektor pertanian dan industri. Setelah itu, program EHP didorong

untuk dilaksanakan dari tahun 2004 hingga 2006. Pada kerangka kesepakatan ACFTA, tidak diatur secara rinci tentang pelaksanaan EHP dan digambarkan bahwa barang-barang yang termasuk kategori EHP dan tidak termasuk kategori Trek Normal atau Trek Sensitif, namun ada aturan khusus bagi produk yang masuk kategori EHP. Setelah kesepakatan ACFTA diratifikasi, seluruh negara anggota ASEAN dan China secara bertahap kemungkinan mengurangi hambatan tarif dan non-tarif. Kesepakatan tersebut mensyaratkan produk pertanian yang dianggap sensitif, sehingga pada tahun 2018 tarif akan diturunkan 0-5%. Produk-produk pertanian dengan skema Early Harvest Program (EHP), meliputi komoditas daging, ikan, komoditas yang diproduksi menggunakan susu, hewan hidup, produk asal hewan, pohon hidup, sayuran, dan buah serta kacang yang dapat dikonsumsi. Dengan pengesahan rencana EHP, ASEAN dan Cina berfokus pada penurunan tarif hingga 0% sebelum tanggal 1 Januari 2006 bagi komoditas pertanian yang telah diselesaikan dalam skema program EHP. Di pengaturan ACFTA ini berpusat pada perdagangan bebas antara ASEAN dan negara China (Pengkajian, P. Pengembangan Kebijakan pada Organisasi Internasional, 2016).

3. ASEAN - KOREA FTA (AKFTA)

ASEAN dan Korea pada tahun 2005 menyetujui pengaturan kerja sama moneter yaitu *Agreement on Comprehensive Economic Cooperation*. Kesepakatan ini adalah pengaturan sistem antara ASEAN dan Korea. Pada kesepakatan serupa, ASEAN dan Korea menyetujui 4 pengaturan berbeda yang menjadi landasan hukum agar tercipta kerja sama ekonomi ASEAN-Korea Free Trade Area (AKFTA). Ada tiga

perjanjian utama di bawah AKFTA, yaitu: 1) Di Juli 2007 berlaku *The ASEAN-Korea Trade in Goods Agreement*; 2) Bulan Mei 2009 mulai berlaku *The ASEAN-Korea Trade in Services Agreement*; dan 3) Pada Bulan Juni 2009 mulai berlaku *The ASEAN-Korea Investment Agreement*. AKFTA adalah bentuk perjanjian antara negara-negara anggota ASEAN-Korea. Tujuan AKFTA adalah mencapai kawasan deregulasi yang dapat menghilangkan maupun mengurangi kendala perdagangan produk, berupa tarif maupun non-tarif, pengaturan investasi, dan perluasan akses pasar jasa, pengaturan, dan perluasan kerja sama ekonomi dalam rangka upaya

peningkatan kegiatan ekonomi kedua belah pihak negara. Skema liberalisasi produk di bawah AKFTA terbagi menjadi dua klasifikasi, yang pertama yaitu Jalur Normal Track (NT) dimana pelaksanaan dimulai tanggal 1 Juli 2006-2010 dan Sensitive Track (ST) tanggal 1 Januari 2012-2016. Kerja sama pada produk sektor perdagangan, di sini AKFTA menganut gagasan *Reciprocal Arrangements* dan *Rules of Origin* (RoO). Kolaborasi Ekonomi antara Pemerintah Negara-Negara Anggota *Association of Southeast Asian Nations and the Republic of Korea* sehubungan dengan kerja sama antara dua pihak tersebut. Dalam perluasan dan pelaksanaan kerja sama, dijelaskan bahwa usaha kecil dan menengah, peternakan, perikanan, agribisnis, perkebunan dan kehutanan termasuk domain kerja sama ekonomi pada kedua belah pihak ASEAN-Korea (Pengkajian, P. Pengembangan Kebijakan pada Organisasi Internasional, 2016).

4. ASEAN - INDIA FTA (AIFTA)

Pada tahun 2015, perkembangan moneter India sangat pesat sebesar 7,3%. Hal ini dikarenakan India adalah mitra dagang urutan terbesar ke 7 untuk ASEAN. Di bulan Oktober 2003, Kepala-Kepala Negara di Wilayah ASEAN dan India menyetujui *Framework Agreement on Comprehensive Economic Cooperation*. Kesepakatan ASEAN-India FTA pernah berhenti, lalu pada Agustus 2008 upaya perundingan perdagangan produk yang disahkan pada ASEAN *Financial Clerical Gathering* ke-41 tertanggal 13 Agustus 2009 di Bangkok. Hasil produk perkebunan yaitu lada dan CPO merupakan dua komoditas yang diberi nama produk spesial dengan berbagai penurunan bea impor. Komoditas Pertanian lainnya yang mengambil bagian dalam tariff 0% meliputi: makhluk hidup, daging hewan, kacang mete, produk perikanan, telur, susu, produk hewani, margarin, pohon hidup dan bunga potong, sayuran, produk organik, kopi, cokelat, teh, ras, biji-bijian, getah getahan, karet, lemak dan minyak nabati, daging dan ikan, gula dan manisan. Dalam perjanjian AIFTA tidak ada pedoman khusus yang berhubungan dengan UMKM (Pengkajian, P. Pengembangan Kebijakan pada Organisasi Internasional, 2016).

5. ASEAN - AUSTRALIA & NEW ZEALAND FTA (AANZFTA)

ASEAN AUSTRALIA dan NEW ZEALAND FTA (AANZ-FTA) adalah bentuk FTA kawasan regional dengan jangkauan jauh dan menggunakan desain usaha tunggal, atau setidaknya, hampir semua pembicaraan penting untuk masalah umum perdagangan dan tidak dapat diselesaikan secara mandiri. Kemajuan yang mendasari pengaturan AANZ-FTA adalah pemahaman tentang *Joint Declaration of the Leaders ASEAN-Australia and New Zealand Commemorative Summit* tanggal 30 November 2004 di Vientiane, Laos yang berisi *Guiding Principles for Negotiation on ASEAN-Australia and New Zealand Free Trade Area*. Proses pembahasan AANZ-FTA dimulai tahun 2005, setelah melalui 15 putaran perundingan, kesepakatan AANZ-FTA diselesaikan pada bulan Agustus 2008 dan disahkan oleh para Menteri ASEAN, Australia dan New Zealand pada tanggal 27 Februari 2009 di Hua Hin, Thailand. Tujuan dari AANZ-FTA adalah, pertama, untuk memperkuat dan meningkatkan kerjasama ekonomi, perdagangan barang, jasa dan investasi di antara negara-negara anggota. Kedua, liberalisasi perdagangan secara progresif serta menciptakan sistem yang transparan dan mempermudah kegiatan investasi. Ketiga, meningkatkan hubungan dagang di bidang baru antar negara anggota (Pengkajian, P. Pengembangan Kebijakan pada Organisasi Internasional, 2016).

D. FTA/PTA BILATERAL INDONESIA

Indonesia memiliki perjanjian kerja sama FTA/PTA yang bersifat bilateral. Negara Jepang dan Pakistan adalah negara-negara yang mempunyai hubungan FTA/PTA dengan Indonesia. Negara Indonesia berkepentingan dengan Jepang dalam hal komoditas nonmigas dan barang ekspor. Berdasarkan data BPS tahun 2014, Produk Non Migas ke Jepang menempati urutan ketiga sesudah posisi China dan AS sebesar

\$14.565 juta. Sementara itu, impor nonmigas dari Jepang yakni rentang waktu yang sama berada di urutan kedua setelah China dengan nilai US\$16,938 juta. Menurut Pengkajian, P. Pengembangan Kebijakan pada Organisasi Internasional (2016), Pakistan menjadi salah satu pihak yang keberatan dengan perdagangan CPO dari Indonesia. Pada tahun 2007, komoditas CPO Indonesia ke Pakistan menurun dari \$552 juta menjadi \$91,2 juta pada tahun 2010 (Pernyataan Bersama, Kementerian

Perdagangan). Selanjutnya nama Forum perundingan bilateral adalah *Indonesia Japan Economic Partnership* (IJEPA) Indonesia-Pakistan *Preferential Trade Agreement* (IPPTA) adalah cara untuk menggapai kepentingan Indonesia. Terkait perihal tersebut dilakukan melalui perjanjian sebagai berikut:

1. Indonesia Japan EPA (IJEPA)

Pada 20 Agustus 2007, Presiden Susilo Bambang Yudhoyono dan pemimpin tertinggi negara Jepang yakni Menteri Shinjo Abe menandai kesepahaman kerja sama ekonomi bersifat bilateral dan dikenal sebagai *Indonesia-Jepang Economic Partnership Agreement* (IJEPA). Pengaturan IJEPA mulai berjalan di bulan Juli 2008. Dari sisi perdagangan kedua komoditas tersebut dan impor, Jepang adalah mitra penting bagi Indonesia. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), Pada tahun 2004, komoditas Indonesia ekspor ke Jepang sebesar 19,06% dan impor sebanyak 13,07% , serta besar nilai ekspor komoditas Jepang ke Indonesia sekitar 1,60% dan 4,11% teruntuk nilai impor tahun 2004 (Pengkajian, P. Pengembangan Kebijakan pada Organisasi Internasional, 2016).

Kesepakatan IJEPA juga ditata secara keseluruhan dalam "*Agreement Between Japan and The Republic of Indonesia for An Economic Partnership*". Beberapa komoditas pertanian yang masih dianggap sensitif yaitu sektor pertanian, kehutanan dan perikanan, yang dimiliki pemerintah Jepang maupun pemerintah Indonesia. Untuk Jepang, komoditas sensitif itu adalah beras, produk yang diproduksi menggunakan beras, agar, gandum, daging, nanas, pisang, pati, gula, produk gula, produk susu, papan kayu, ikan tuna, ikan cakalang, produk perikanan yang berhubungan dengan minyak, lemak dan makanan olahan. Sementara itu, untuk Indonesia, bahan pangan sensitif yang dimaksud adalah beras, jagung, kedelai, dan gula. Hal-hal sensitif dari kedua pemain tersebut diarahkan pada pasal fleksibilitas dari EPA (*Economic Partnership Agreement*) (Pengkajian, P. Pengembangan Kebijakan pada Organisasi Internasional, 2016).

EPA antara Jepang dan Indonesia mempunyai penyelesaian ekstra pada pembangunan kapasitas yang ditujukan untuk memperluas kemampuan teknologi Indonesia, memberdayakan perusahaan Indonesia terdekat untuk dapat masuk ke pasar Jepang, lebih lanjut melibatkan

kapasitas UMKM Indonesia dan menciptakan kemampuan angkatan kerja. Dalam rencana serupa, kerja sama dikembangkan dalam hal bantuan khusus dengan berbagai bidang, misalnya produksi, energi, pertanian, dan perikanan. Persiapan usaha kepada perusahaan-perusahaan di Indonesia menggunakan bahan mentah yang diproduksi di Jepang akan diberikan oleh pemerintah Jepang dan perusahaan Indonesia memperoleh kiriman bahan mentah dari Jepang yang didalamnya akan ada kelonggaran dalam hal skema "*User Specific Duty Free*" (Pengkajian, P. Pengembangan Kebijakan pada Organisasi Internasional, 2016).

2. Indonesia Pakistan Preferential Trade Agreement (IPPTA)

Negara Pakistan adalah pasar potensial untuk perluasan barang-barang non-migas Indonesia. Indonesia-Pakistan memulai pembicaraan pada pertemuan bilateral yang melibatkan Developing Eight (D-8) *Organization for Economic Cooperation Summit*, di Islamabad, Pakistan. Isu yang diangkat pada pertemuan adalah hasil dari pelaksanaan *Preferential Trade Agreement* (PTA) antara Indonesia dan Pakistan yang disahkan di Jakarta pada 3 Februari 2012. PTA RI-Pakistan disahkan oleh Indonesia pada 20 November 2012 melalui Pengumuman Resmi Pepres no. 98/2012 dan aktif tanggal 18 Januari 2013 sesudah diterbitkannya Peraturan Menteri Keuangan (PMK) No. 26/2013 tentang Tarif Bea Impor yang terdapat di kesepakatan PTA RI-Pakistan (Pengkajian, P. Pengembangan Kebijakan pada Organisasi Internasional, 2016).

Indonesia menawarkan 232 pos bea untuk Pakistan dengan tarif tertentu. Untuk sementara, 103 pos tarif lainnya tunduk pada pembatalan bea. Pos tariff mencakup barang-barang komoditas potensial ekspor Pakistan seperti produk alami baru (jeruk kino), benang dan kain katun, pakaian jadi, kipas angin, perlengkapan luar ruangan, barang dagangan kulit anak sapi, dan barang-barang hasil industri lainnya. Pakistan menawarkan 313 pos tarif dengan tariff tertentu dan 82 pos tarif nol. Pungutan tersebut meliputi komoditas kelapa, minyak sayur, gula pasir, kakao, barang konsumsi, kain sintetis, sendok garpu, peralatan dapur, serta karet, kayu, kaca dan barang elektronik dari Indonesia. Perlakuan khusus untuk produk minyak sawit dari Indonesia ditawarkan oleh Negara Pakistan (Pengkajian, P. Pengembangan Kebijakan pada Organisasi

Internasional, 2016). Dalam pengertian tidak ada pedoman khusus terkait dengan agribisnis dan UMKM, kecuali normalisasi seperti sanitasi dan phytosanitary (SPS) dan rencana RoO. Sebagian dari pos tarif yang dibebaskan atau dikurangi dari dan ke Pakistan adalah produk pertanian. Jadi, penting untuk memahami pergerakan statistik perdagangan, terkhusus komoditas buah segar dari Pakistan yang bergantung pada tarif 0% dan konsesi tarif minyak kelapa sawit Indonesia yang bergantung pada pajak MOP 1 adalah 5% dari bea MFN oleh Pakistan.

E. REGIONAL COMPREHENSIVE ECONOMIC PARTNERSHIP (RCEP) DAN TRANS PACIFIC PARTNERSHIP (TPP)

Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP) terbentuk awal mula pada November 2011 selama KTI ASEAN ke sembilan belas di Bali. RCEP didirikan agar mampu menciptakan dan memperluas hubungan keuangan ASEAN dengan enam negara mitra pertukaran seperti India, Australia, Cina, Jepang, Selandia Baru, dan Korea Selatan. Pembicaraan RCEP memusatkan perhatian pada akses pasar untuk pekerjaan dan barang-barang, investasi, dan masalah pertukaran baru, termasuk: lingkungan, buruh, dan jaminan perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Tujuan Trans-Pacific Partnership (TPP) adalah memperoleh kesepakatan ekonomi di seluruh dunia yang diproyeksikan menjadi *“Comprehensive and high standard free trade agreement”* di lokal Trans-Pasifik yang mampu mengubah pertukaran hampir semua bidang produk dan tenaga kerja, termasuk segala hal di luar tanggung jawab yang ditentukan dalam *World Trade Organization* (WTO) (Fergusson, IF., et al. 2013, hal. 2). TPP tidak hanya membicarakan isu-isu biasa dalam perdagangan, namun isu-isu baru dan lintas sektoral. Pengaturan TPP telah disetujui dan disahkan pada 4 Februari 2016 oleh 12 negara, antara lain Singapura, Brunei Darussalam, Selandia Baru, Chili, Amerika Serikat, Australia, Peru, Vietnam, Malaysia, Meksiko, Kanada, dan Jepang. Saat ini, Indonesia telah terlibat dengan pertukaran RCEP mulai sekitar tahun 2012 sebagai komponen ASEAN.

Di Workshop on Sharing of Best Experience and Knowledge on Policy Making in Optimising The Negotiation and Implementation of Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP) for Small and Medium

enterprises (SMEs). Indonesia berperan aktif dalam setiap diskusi dengan mendorong kepentingan nasional untuk dirancang dalam RCEP, misalnya isu kajian UMKM atau *SME-Friendly*. Perundingan RCEP direncanakan akan selesai menjelang akhir tahun 2016 dan Indonesia mungkin memiliki opsi untuk menyetujui dan menegaskan tindakan ini. Seperti yang ditunjukkan oleh studi Pengkajian, P. Pengembangan Kebijakan pada Organisasi Internasional (2016), putaran pembicaraan RCEP masih berlanjut dan diperkirakan selesai menjelang akhir 2016. Sampai saat ini, belum ada pedoman khusus terkait pertanian. Sektor pertanian saat ini masih menjadi isu yang sensitive bagi negara-negara ASEAN. Dengan cara ini, area pertukaran barang-barang agraria di seluruh dunia dan hubungannya dengan ketahanan pangan tidak akan berubah total. 2). Tingkat kedua antara negara-negara mitra dagang ASEAN FTA dan FTA yang ada. Semua negara akan menetapkan batas 80%, sementara India akan menetapkan keunggulan 65% lebih dari periode jangka panjang. India melakukan ini ke Jepang dan Korea Selatan; 3). Tingkat ketiga antara negara-negara kaki tangan ASEAN FTA dan negara-negara tanpa FTA. India melakukan batas 42,5% dan sesuai dengan China di 42,5%. Selandia Baru menetapkan batas 62,5% dan Australia menetapkan keunggulan 80% untuk waktu yang lama (10 tahun).

TPP dan RCEP memiliki karakteristik masing-masing. Istilah-istilah yang disepakati dalam TPP menandakan liberalisasi yang lebih luas dan maju. Seperti ketentuan UMKM dan BUMN yang diliberalisasi dalam TPP. RCEP adalah kerangka kerja yang lebih luas dengan mitra ASEAN FTA, yang sebelumnya untuk memfasilitasi negosiasi dengan kepentingan Indonesia di sektor pertanian dan UMKM. Tarif dasar atau bea pabean harus dihilangkan dalam pos tarif yang disajikan dalam penawaran pokok. Tarif dasar menjadi penting dari mana ia dihapus yang menggabungkan 3 tarif yang menyertainya (*National Informatics Centre, India*): 1). Tingkat Pertama dengan Negara ASEAN berlaku batas 80%, meliputi 65% pada saat mulai berlaku dan 15% selama lebih dari 10 tahun; 2). Tingkat kedua antara ASEAN FTA dan negara-negara mitra FTA yang ada. Semua negara akan menetapkan keunggulan 80%, sementara India akan menetapkan batas 65% selama periode 10 tahun. India melakukan ini ke Jepang dan Korea Selatan; 3). Tingkat ketiga adalah antar negara mitra ASEAN FTA dan

seluruh negara tanpa FTA. India melakukan pembatasan sebesar 42,5% dan sama dengan China sebesar 42,5%. Selandia Baru mengatur batas sebesar 62,5% dan Australia sebanyak 80% untuk periode 10 tahun yang panjang. TPP dan RCEP memiliki atribut masing-masing. Pengaturan akhir dalam TPP merekomendasikan perkembangan yang lebih luas dan lebih baru. Dimana pengaturan UMKM dan BUMN diubah di TPP. RCEP adalah sistem yang lebih luas dengan mitra ASEAN FTA sebelumnya yang memfasilitasi tawar-menawar dengan kepentingan Indonesia di sektor pertanian dan UMKM (Pengkajian, P. Pengembangan Kebijakan pada Organisasi Internasional, 2016).

F. PERATURAN PEMERINTAH DI SEKTOR PERTANIAN

Ada undang-undang pemerintah yang harus didasarkan pada beberapa peraturan masa lalu. Ketahanan pangan, guncangan pangan dan kedaulatan pangan merupakan permasalahan yang mendorong penataan kebijakan pertanian Indonesia. Berikut adalah sebagian dari peraturan dan pedoman yang berfungsi untuk mengawasi sektor pertanian (Pengkajian, P. Pengembangan Kebijakan pada Organisasi Internasional, 2016).

- a. UU No. 18 Tahun 2012 mengenai Kebijakan Pangan Mengatur Bahwa Penyelenggaraan Pangan Untuk Pemenuhan Kebutuhan Dasar Manusia dan Memberikan Keuntungan Yang Adil, Merata dan Praktis Dalam Landasan Kedaulatan, Kemandirian, dan Ketahanan Pangan Daerah. Persepsi kekuatan, peluang dan ketahanan pangan adalah perihai utama yang memiliki makna dan manfaat luar biasa untuk membantu pelaksanaan strategi organisasi pangan di Indonesia. Pada UU Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan dikatakan bahwa penyelenggaraan pangan seharusnya membangun kemampuan supaya mampu menyebarluaskan pangan secara mandiri, menyediakan berbagai sumber pangan dan memenuhi keamanan, mutu, dan kebutuhan gizi bagi daerah, untuk mencapai tingkat kecukupan pangan, terutama pangan pokok dengan biaya yang wajar, terjangkau, dan masuk akal sesuai kebutuhan daerah setempat. Selain itu, menjalin kerja sama atau lebih mengembangkan akses pangan bagi kabupaten, khususnya masyarakat yang rawan pangan dan gizi, meningkatkan nilai tambah dan keseriusan bahan pangan di kawasan

bisnis lingkungan dan luar negeri, meningkatkan informasi dan kesadaran masyarakat tentang pangan yang dilindungi dan berkualitas. Tujuan penting lainnya adalah untuk meningkatkan kesejahteraan hidup peternak, pembudi daya ikan, nelayan dan pelaku bisnis pangan. Selain itu, untuk menjaga dan menumbuhkan sumber daya pangan nasional. Dari penjelasan PP Pangan tersebut, ahli di pemerintahan perlu untuk mengawasi beberapa hal, yakni pelaksanaan FTA/PTA, misal kemandirian pangan dalam membuat varietas pangan pokok pilihan (jagung, beras, kedelai, gula, dan lain-lain) dan daging), penjaminan keamanan pangan, akses pangan berbiaya wajar (skema subsidi), memperluas nilai tambah, dan meningkatkan bantuan pemerintah untuk kesejahteraan *stakeholder* pertanian.

- b. Pedoman Nomor 19 Tahun 2013 mengenai Perlindungan dan Pemberdayaan Petani Dalam Menciptakan Kedaulatan, Kemandirian, dan Ketahanan Pangan, Tugas serta Komitmen Petani Adalah Nyata. Nilai Tukar tanaman pangan tahun 2020 adalah 101,43 dengan indeks harga yang diperoleh peternak (It) sebesar 107,32 dan indeks harga yang dikeluarkan petani (Ib) sebesar 105,81. Nilai Tukar Petani (NTP) tanaman pangan tahun 2020 adalah 102,04 (Statistik, B. P., 2021). Dalam pedoman ini, otoritas publik dapat memperluas batasan dan larangan petani dalam melakukan budidaya yang bermanfaat, maju, terkini, berdaya saing, bernilai tambah, dan pangsa pasar yang berkelanjutan. Pedoman ini menyarankan pengaturan subsidi sarana produksi, penetapan tarif masuk produk pertanian, dan memastikan gudang penyimpanan produk pertanian dari luar negeri di area pabean tertentu. Salah satu jenis kebijakan perlindungan petani membuat kesiapan pengendalian impor produk pertanian sesuai musim panen atau kebutuhan pemanfaatan dalam negeri oleh pemerintah.
- c. UU No. 42 Tahun 2014 mengenai Peternakan dan Kesejahteraan Masyarakat Veteriner. Pedoman ini lebih lanjut menggambarkan impor makhluk hidup yang berasal dari daerah yang terlindungi penyakit yang tidak dapat dicegah/menular. Demikian pula penanganan pangan hasil makhluk hidup yang mulai dibawa ke dalam wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia harus dimulai dari unit-

unit usaha komoditas makhluk hidup di negara-negara yang telah mendukung dasar dan sistem masuk produk tersebut. Dalam hal pangan hasil olahan asal makhluk hidup akan dibawa ke dalam wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia yang dapat berpotensi menyebarkan penyakit zoonosis yang dapat mengganggu kesejahteraan manusia, makhluk hidup, dan lingkungan iklim. Oleh sebab itu, sebelum dikeluarkan usul dari pimpinan administrasi pemerintah untuk menyelesaikan tugas di bidang pengawasan obat dan makanan harus memperoleh dukungan luar biasa dari Menteri yang merujuk pada ketentuan yang berbasis analisis risiko di bidang Kesehatan Hewan dan Kesehatan Masyarakat Veteriner dan berfokus pada kepentingan umum. Secara regulasi, impor daging dari Brazil dan India dipandang sebagai alternative selain Australia. Nilai impor beberapa komoditas strategis peternakan pada tahun 2020, antara lain: ayam US\$ 31.830.194 (naik 1,97%), babi US\$ 2.944.046 (turun 20,48%), steer US\$ 1.128.896.971 (turun 20,69 %), susu US\$ 967.624.446 (naik 2,38%), dan telur US\$ 9.856.148 (naik 5,97%) (Statistik, B. P., 2021).

- d. Peraturan Presiden Nomor 71 Tahun 2015 mengenai Penetapan dan Penyimpanan Barang Kebutuhan Pokok dan Barang Penting. Pemerintah memenuhi kebutuhan cadangan makanan dan pemanfaatan pangan pokok, maka upaya praktis untuk kebijakan perdagangan meliputi tindakan tarif dan non-tarif terkait Peraturan Pangan, dengan mempertimbangkan pembatasan impor komoditas pangan pokok dan ekspor. Pada akhirnya impor harus dilakukan jika pangan dalam negeri tidak mencukupi atau tidak bisa memproduksi (Sudaryanto, T, 2015). Regulasi pertanian yang sedang berlangsung saat ini difokuskan pada pencapaian kemandirian pangan dalam 5 produk penting, terutama padi, jagung, kedelai, daging sapi, dan gula. Target ditetapkan pada tahun 2017 untuk beras, jagung dan kedelai, sedangkan tahun 2019 untuk produk daging sapi dan gula. Supaya tujuan ini tercapai, maka pemerintah memberikan dukungan harga pada sebagian dari produk tersebut. Pada 2012-2014, Bulog menetapkan harga dasar gula dan kedelai untuk lini produksi dan pedagang (Sudaryanto, T, 2015). Sementara itu, acuan operasi pasar

dan fungsi pembelian produk beras tetap diatur oleh Bulog. Pada tahun 2012, Bulog menyalurkan beras di bawah program RASKIN mengeluarkan anggaran yang sangat besar, yakni sebesar \$2 miliar. Hal ini secara eksplisit menggambarkan bahwa peran Bulog untuk melindungi daya beli masyarakat miskin. Pencapaian target Peraturan Pangan dan Kebijakan Pertanian di Indonesia sebenarnya tergantung pada kebijakan subsidi. Alokasi subsidi pendukung untuk sektor pertanian terkait bahan bakar minyak, pupuk, dan benih, serta bantuan jenis infrastruktur dan alat pendukung lainnya. DPR menyetujui RUU Perkebunan berupa pedoman khusus untuk kepemilikan perkebunan dan pertanian oleh pihak asing di samping subsidi dan bantuan teknis lainnya. Rancangan Undang-Undang itu menganggap hanya 30% kepemilikan asing. Indonesia telah mulai memberi batasan impor komoditas strategis dan tarif ekspor komoditas utama, yaitu CPO dan Kakao. Kebijakan penetapan impor beras, pelarangan impor kedelai dilakukan oleh Bulog. Lalu perihal kebijakan pengaturan kuota impor daging sapi adalah termasuk bentuk pembatasan impor. Sementara itu, pada tahun 2013 tarif ekspor CPO dikenakan sebesar 9% dan Kakao 10%.

G. KERJA SAMA INTERNASIONAL PERTANIAN INDONESIA OLEH PEMERINTAH DAERAH

Kolaborasi global yang diciptakan Indonesia di bidang agraria tidak terlepas dari kemampuan aset sumber daya alamnya. Untuk negara-negara yang memiliki posisi berbatasan langsung dengan Indonesia, khususnya Malaysia, Brunei Darussalam, Singapura, Thailand, Vietnam, Filipina, Papua Nugini (PNG), Timor Leste, Republik Palau, Australia dan lain-lain. Wilayah perbatasan negara memiliki nilai strategis dan menjadi pintu bagi kegiatan ekonomi dan perdagangan negara-negara tetangga yang secara nyata dapat mempengaruhi peningkatan keamanan, bantuan pemerintah, dan pengembangan keuangan di wilayah perbatasan. Apalagi Indonesia merupakan salah satu sumber pangan dunia, khususnya beras organik. Sampai saat ini beras organik telah diperdagangkan ke Singapura, Hongkong, Thailand, Kanada, AS, Jerman, dan Belgia. Produk pangan lainnya, misalnya beras ketan hitam diperdagangkan ke Singapura dan

Hongkong. Produk singkong dikirim ke China, Korea, dan Eropa. Indonesia dikenal sebagai produsen singkong terbesar ketiga di dunia setelah Nigeria dan Thailand (Hermanto, 2018).

Kegiatan hubungan luar negeri yang dilaksanakan pemerintah daerah masih tergolong cukup jarang di Indonesia. Sebagian besar kerja sama internasional di tingkat daerah dijalankan oleh pemerintahan provinsi dan beberapa kota-kota besar. Keterlibatan pemerintah daerah dalam hubungan internasional ini menunjukkan bahwa konsep kedaulatan kini tidak terpaku sebagai ketentuan negara secara eksklusif menurut Wesphalia. Dalam hal ini, paradiplomasi dapat memaksimalkan kedaluatannya agar dapat dinikmati oleh warganya, salah satunya dengan pembagian kekuasaan dengan aktor lain oleh negara di wilayah Internasional. Negara dapat berbagi kewenangannya dengan pemerintah daerah di tatanan Internasional, tetapi tetap memenuhi kaedah bahwa negara tetap pemegang kedaulatan tertinggi. Oleh karena itu, politik para diplomasi ini oleh pembuat kebijakan perlu diformulasikan sedemikian rupa agar dapat mendukung tujuan dan kemaslahatan negara (Pengkajian, P. Pengembangan Kebijakan pada Organisasi Internasional, 2016).

Di Indonesia, pengaturan yang berhubungan dengan para diplomasi telah diatur sebagai regulasi. Rencana peraturan ini sebenarnya merupakan suksesi dari kebijakan otonomi daerah yang diatur dalam Peraturan No. 32 Tahun 2004 tentang pemerintah daerah yang diberi kekuasaan untuk menguasai daerahnya sendiri. Lalu, terkait dengan tugas pemerintah di kawasan global, pemerintah pusat telah mengaturnya dalam Peraturan No. 37 Tahun 1999 mengenai Hubungan Luar Negeri. Di dalamnya, diungkapkan bahwa hubungan luar negeri yang dirasakan Indonesia merupakan salah satu otoritas pemerintah di tingkat provinsi (daerah) (Bagian I Pasal I). Kemudian untuk menjamin bahwa kegiatan luar negeri yang dilakukan pemerintah (daerah) dan non-pemerintah sesuai dengan pengaturan hukum negara, dalam pasal 5 ayat 1 undang-undang itu ditentukan bahwa pelaksanaan hubungan dengan pihak luar negeri mengubah politik internasional, regulasi UU, dan hukum serta praktik di seluruh dunia (Sari, I., 2017).

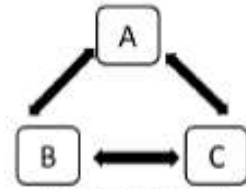
Salah satu provinsi yang menjalankan kegiatan kerja sama internasional adalah Provinsi Jawa Tengah. Kerja sama antara Provinsi Jawa Tengah dan Negara Queensland diawali oleh kebijakan Australia bagi negara bagian untuk menyelenggarakan kerja sama dengan negara bagian ke Tiga pada tahun 1991. Dalam hal ini, Pemerintah Queensland melakukan penjajahan ke provinsi-provinsi di Indonesia. Kemudian pada 23 September 1992, ditekanlah Memorandum of Understanding (MoU) Queensland-Jawa Tengah. Penandatanganan saat itu dilakukan oleh H.M. Ismail selaku Gubernur Jawa Tengah dan Wayne Goss sebagai Premier Negara Bagian Queensland. Adapun secara khusus tidak ada alasan terkait dengan kesamaan kondisi geografis ataupun pemerintahan, melainkan hal ini lebih kepada kepentingan Negara Bagian Queensland untuk memenuhi kebijakan pemerintah Australia dan pada masa itu Provinsi Jawa Tengah belum memiliki bentuk kerja sama *Sister Province* sekalipun (Windiani, R., 2014). Salah satu bidang kerja sama, yakni sektor pertanian menjadi kerja sama yang cukup diunggulkan. Sebagaimana disebutkan sebelumnya, bahwa Queensland akan melakukan upaya ekspor, di samping juga membantu upaya pengembangan sektor pertanian dan peternakan bagi Provinsi Jawa Tengah. Beberapa program yang direncanakan antara lain, karantina ternak, pendirian rumah potong hewan untuk target ekspor, hingga pertukaran dan pelatihan staf untuk berbagi wawasan pengetahuan dan implementasi teknologi di bidang peternakan dan pertanian (Sari, I., 2017).

H. *ROLE OF ORIGIN (RoO)* PADA PRODUK PERTANIAN INDONESIA

Secara pengertian liberalisasi perdagangan internasional adalah cara untuk meningkatkan arus perdagangan antar negara dan kegiatan ekonomi yang memberikan manfaat pada negara-negara yang terdapat di dalam kesepakatan perdagangan. Liberalisasi perdagangan beberapa tahun terakhir mengarah kepada integrasi ekonomi (Salvatore, D., 2019). Integrasi ekonomi sudah sangat berkembang di dunia perdagangan internasional beberapa dekade ini. Menurut Tinbergen, J (1954), Integrasi ekonomi adalah cara penciptaan struktur ekonomi internasional yang lebih bebas dengan menghilangkan segala hambatan perdagangan bebas yang ada dan memperkenalkan seluruh bentuk kerja sama dan unifikasi.

Reformasi perdagangan dalam bentuk penurunan hambatan perdagangan, baik secara bilateral, regional maupun multilateral, seperti tarif terus menerus dilakukan melalui Free Trade Agreement (FTA). Pembentukan FTA yang semakin banyak memiliki ketentuan masing-masing, seperti mengenai akses pasar untuk barang dan jasa, standar, perlindungan, pengadaan, dan investasi untuk mengatur hubungan ekonomi antara mitra FTA (Estevadeordal, A., & Suominen, K., (2003). Luasnya jangkauan FTA tersebut dengan ketentuannya masing-masing, menyebabkan saling tumpang tindih dengan perjanjian lain, baik dalam bentuk multilateral maupun bilateral, di wilayah yang sama. Permasalahan ini yang disebut *noodle bowl problem* atau permasalahan mie dalam mangkuk. *Noodle bowl problem* yang kompleks tersebut, disertai oleh *Rules of Origin* (RoO) dari berbagai gabungan FTA (Medalla, E.M., 2011).

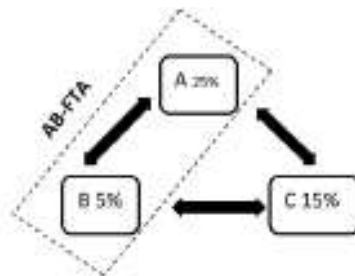
Pada kerangka ASEAN, untuk mencapai integrasi ekonomi dalam suatu kawasan aturan RoO dijadikan persyaratan suatu produk untuk mendapatkan konsensi CEPT yakni jika suatu produk memenuhi persyaratan 40 persen kandungan lokal. Kandungan lokal yang dimaksud merupakan bahan baku yang dipergunakan untuk memproduksi suatu produk, mulai dari bahan mentah, barang setengah jadi hingga barang jadi. Bahan baku ini berasal dari negara-negara yang tergabung di dalam ASEAN. Pada satu sisi, RoO dapat bersifat diskriminatif karena membedakan produk yang tidak sesuai dengan RoO spesifik dari kesepakatan yang disepakati. Pinalti dari tidak mematuhi RoO adalah subsidi tarif yang hilang. Di sisi lain, RoO bersikap diskriminatif RoO dengan memastikan bahwa produk yang diperdagangkan yang sesuai dengan FTA yang mendapatkan perlakuan istimewa (Kauffman, U., 2014), sehingga negara ketiga dari FTA tidak bisa mengambil keuntungan dari yang ditawarkan oleh negara-negara anggota.



Sumber : Harris 2007
Gambar 1 Model tiga negara

Sumber: Harris 2007
Gambar 1 Model tiga negara

Secara sederhana melalui model tiga negara (Gambar 1), Menurut Harris (2007) dapat menunjukkan masalah yang dihadapi model, dengan ditunjukkan terdapat negara A, B dan C dengan tingkat MFN (*Most Favoured Nation*) rata-rata masing-masing sebesar 25 persen, 5 persen dan 15 persen. Tanpa melalui FTA, tarif antar negara ini akan dikenakan sesuai dengan tarif tersebut. Asumsi bahwa negara A dan B menandatangani FTA (selanjutnya disebut AB-FTA) dan kedua negara melalui kesepakatan bilateral menyetujui penghapusan tarif. Sehingga perdagangan antara kedua negara akan menghadapi tarif nol. Namun tarif MFN spesifik akan terus dikenakan bagi negara non-anggota FTA, yakni dalam contoh ini adalah negara C. Karena hal tersebut, akan terjadi pergeseran perdagangan dari negara C. Hal ini berarti, ekspor dan impor negara C akan dialihkan dan dikirim melalui negara dengan tarif terendah dari tingkat tarif luar sepanjang manfaatnya melebihi biaya perdagangan tambahan yang terlibat.



Sumber: Harris (2007)
Gambar 2 Model tiga negara dengan FTA

Gambar 2, tarif MFN yang berlaku di negara A rata-rata 25 persen, akan menyebabkan penurunan atau bahkan pemberhentian perdagangan dari negara A ke negara C. Hal ini karena negara A dan B terlibat FTA, maka insentif dari komoditas diperuntukkan dari negara A ke B saja sehingga relatif lebih murah. Hal ini terjadi, karena tingkat tarif eksternal negara B adalah 5 persen, yang secara signifikan lebih rendah dari pada negara A dengan 25 persen. Oleh karena itu, eksportir di negara C akan bereaksi terhadap kerugian relatif (diskriminasi) karena tidak menikmati akses pasar bebas yang ditawarkan oleh AB-FTA dengan membelokkan perdagangan yang ditujukan untuk negara A ke negara B. Pembelokan perdagangan melalui negara B, maka negara C dapat mengambil keuntungan dari AB-FTA dan mendapatkan keuntungan dari tingkat tarif eksternal yang lebih rendah. Jika seseorang mengabaikan biaya perdagangan, AB-FTA sebenarnya akan berubah menjadi *Custom Union* dengan satu tarif eksternal, tarif negara dengan tarif MFN terendah. Tingkat tarif akan menjadi 5 persen oleh negara B. Perdagangan AB-FTA kemudian dibelokkan dan dikirim melalui negara B. Dari perspektif kesejahteraan, pembelokan ini akan menyebabkan kerugian efisiensi. Pembelokan ini menyebabkan biaya transportasi tambahan yang tercipta melebihi keuntungan yang didapat karena dikurangi oleh tarif (Bhagwat, J., et al. 1998). Untuk melindungi hal tersebut terjadi, maka terbentuklah RoO sebagai suatu set peraturan untuk melindungi penerima manfaat sejati dari FTA. RoO menciptakan disinsentif untuk membelokkan perdagangan dengan memberikan batasan dan peraturan yang bertujuan untuk menentukan kelayakan perlakuan istimewa untuk komoditas tertentu (Kauffman, U., 2014). Oleh karena itu, tergantung pada seberapa kompleks RoO (untuk kesederhanaan, diasumsikan di sini bahwa RoO secara jelas dan unik mengidentifikasi asal komoditi), pada contoh Gambar 2 negara C akan dicegah untuk membelokkan perdagangan melalui negara B menuju negara A. Hal ini karena RoO akan menentukan bahwa tarif AB-FTA tidak berlaku untuk barang-barang dari negara C yang diperdagangkan melalui negara B ke negara A. Jika demikian, negara C harus membelokkan perdagangan melalui negara B ke negara A. Selain tarif 5 persen yang dibayarkan di perbatasan negara B, tarif tambahan 25 persen akan dipungut di perbatasan negara A, di atas biaya perdagangan tambahan.

Oleh karena itu, tidak akan ada keuntungan yang dicapai dalam defleksi perdagangan, karena hal ini akan meningkatkan biaya komoditas dari negara C secara signifikan.

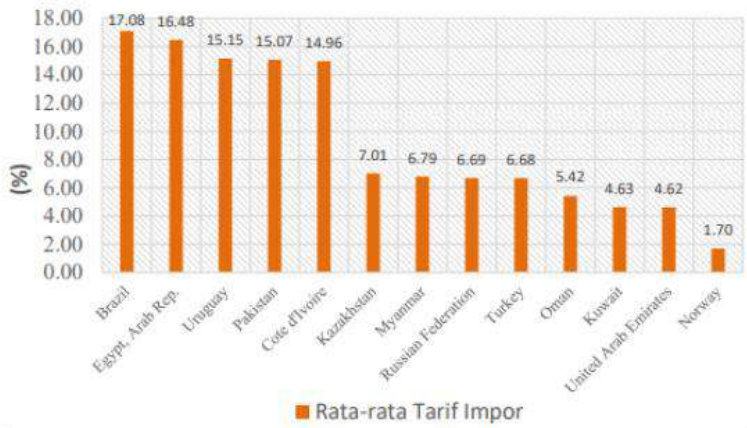
Rules of Origin atau masalah penentuan asal tidak mendapat banyak perhatian di bawah WTO pada tahap awal, sehingga membiarkan negara masing-masing menentukan peraturannya sendiri untuk tujuan menerapkan tarif MFN yang tidak signifikan. Negara-negara Non Tradisional juga menerapkan hambatan tarif terhadap negara mitranya termasuk Indonesia. Negara Non Tradisional adalah negara yang memiliki nilai GDP perkapita yang lebih tinggi dibandingkan Indonesia diantaranya United Arab Emirates, Uruguay, Russian Federation, Trinidad and Tobago, Turkey, Norway, Oman, Kazakhstan, Kuwait, Georgia, dan Brazil.

Seperti Gambar 3. Besaran tarif impor (MFN) Negara Non Tradisional terhadap Indonesia. Negara Brazil menempati posisi pertama dalam menetapkan tarif impor tertinggi terhadap produk-produk asal Indonesia dengan rata-rata tarif impor sebesar 17.08%. Posisi kedua dan ketiga sebagai Negara Non Tradisional yang menetapkan tarif impor tertinggi bagi produk-produk asal Indonesia adalah Egypt dan Uruguay

dengan rata-rata tarif impor masing-masing sebesar 16.48% dan 15.15% (*United Nations Conference on Trade and Development* 2021). Potensi pasar Negara Non Tradisional yang cukup besar seharusnya dimanfaatkan secara maksimal oleh Indonesia sebagai mitra dagang atau tujuan pasar ekspor meskipun beberapa diantaranya menetapkan tarif impor yang tinggi bagi Indonesia. Oleh sebab itu diperlukan strategi untuk memaksimalkan potensi pasar di negara tersebut yaitu melalui skema kerja sama perdagangan maupun integrasi ekonomi baik secara bilateral maupun regional.

Hal ini disebabkan menurut Oktaviani, R., & Tanti, N. (2014) skema kerja sama perdagangan ataupun integrasi ekonomi suatu negara dengan negara lain mengacu terhadap menurunkan ataupun menghapuskan hambatan-hambatan perdagangan dengan didasari landasan akan memberikan manfaat yang lebih besar dibandingkan risiko yang akan dihadapi oleh negara-negara tersebut. Dengan demikian adanya kerja sama perdagangan yang lebih intensif antar kedua negara tersebut

diharapkan mampu meningkatkan ekspor Indonesia ke pasar non tradisional serta berdampak terhadap peningkatan kesejahteraan nasional.



Sumber: *United Nations Conference on Trade and Development* (2021)
Gambar 3 Rata-rata tarif impor Negara-negara Non Tradisional terhadap Indonesia periode 2019

Hak untuk menentukan RoO yang berlaku ini bahkan lebih dibahas pada *Generalized System Preferences* (GSP) oleh negara-negara donor karena preferensi diberikan secara sepihak. Praktik yang sama berlaku untuk RoO dalam *Preferential Trade Agreements* (PTA). Dengan meluasnya negara produksi secara internasional dan inovasi dalam teknologi transportasi dan telekomunikasi, dari mana asalnya menjadi sulit. Tidak banyak barang yang saat ini dijamin hanya diproduksi di satu negara saja. Kondisi ini menjadikan RoO sebagai isu utama pada transaksi FTA. RoO memutuskan model yang dengannya sesuatu dapat dikaitkan dengan bagian FTA dan memenuhi semua persyaratan untuk kecenderungan aktivitas perdagangan.

RoO merupakan penentu penting pemanfaatan preferensi tarif dan dengan memberikan dampak akhir sebuah kesepakatan (Kelleher, S., 2012). Dalam kasus kesepakatan perdagangan bebas, RoO mencegah impor dari negara-negara non-anggota memasuki kawasan perdagangan bebas melalui negara dengan tarif eksternal terendah (*trade deflection*).

Sebagai contoh tiga negara A, B dan C, namun hanya negara A dan B yang telah menandatangani sebuah kesepakatan perdagangan bebas bilateral. RoO diperlukan untuk mencegah defleksi perdagangan, yaitu untuk memastikannya C tidak, misalnya, mengekspor barang ke B melalui A. Penentuan RoO barang akhir menjadi lebih rumit jika barang setengah jadi memerlukan barang dari negara lain untuk menjadi barang jadi. Oleh karena itu, bila B mengimpor perantara dari C yang kemudian digunakan dalam produksi barang akhir yang diekspor ke A, RoO kemudian diminta untuk menentukan apakah suatu barang akhir dianggap benar-benar berasal dari B atau tidak. Biasanya satu atau lebih dari tiga kriteria digunakan dalam menentukan status asal suatu produk: (a) apakah atau tidak transformasi suatu barang jadi, termasuk dalam garis klasifikasi tarif yang berbeda atau bisa disebut dengan CTC (*Change Tariff Classification*), (b) apakah nilai impor atau barang setengah jadi melebihi persentase tertentu (sering 40 persen) dari keseluruhan barang jadi atau bisa disebut dengan RVC (*Regional Value Contain*), (c) apakah suatu proses produksi tertentu memerlukan proses produksi tertentu atau tidak. RoO menentukan mana dari kombinasi ini yang diterapkan pada setiap produk (Augier, P., et al. 2005).

RoO pada umumnya, secara tidak langsung berfokus pada perlindungan bagi sektor sensitif suatu negara (Medalla dan Balboa 2009). Indonesia sebagai negara agraris, lebih mengedepankan sektor pertanian sebagai sektor perdagangan internasional. Hal ini dibuktikan dengan 10 komoditas unggulan Indonesia, sebagian besar merupakan produk pertanian antara lain kopi, kakao, karet dan produk karet, sawit, serta produk hasil hutan (Kemendag 2016). Tidak terkecuali, produk-produk ini tidak dapat terhindar dari dampak-dampak yang terjadi akibat dilakukannya perdagangan internasional. Indonesia sebagai negara yang terlibat pada banyak negosiasi FTA, memiliki tingkat kerawanan tersendiri terhadap posisi Indonesia di dalam kesepakatan tersebut. Tidak semua peraturan yang ditetapkan dalam FTA akan cocok dengan kondisi dari masing-masing negara anggota, termasuk Indonesia. Sehingga Indonesia, dalam distorsi peraturan perdagangan tersebut kemungkinan akan dirugikan. RoO pada produk pertanian cenderung lebih berpotensi dalam

peningkatan biaya produksi dan administrasi dengan berbagai ketentuan yang ditetapkan (Febriningtyas, M., 2018).

RoO secara kompleks melalui proses negosiasi yang panjang yang mencakup aturan, norma dan peraturan khusus untuk produk tertentu. Peraturan ini dapat mempengaruhi pola perdagangan suatu negara dan industri dalam negerinya, maka biasanya kelompok kepentingan khusus melobi untuk melihat RoO yang ditentukan dalam bentuk yang paling bermanfaat bagi mereka. Eksportir, misalnya, ingin akses mudah ke komoditas setengah jadi tetapi juga untuk menikmati perlindungan untuk barang akhir mereka (Kauffman,U., 2014). FTA yang sebagian besar merupakan motif politik dan tujuan dari kebijakan luar negeri, dapat memanfaatkan RoO untuk melindungi anggota dari dampak ekonomi yang timbul akibat kesepakatan perdagangan bebas yakni penghapusan tarif. Sehingga secara tidak langsung, RoO digunakan sebagai restriksi atau dengan kata lain hambatan non tarif untuk menghindari *trade deflection* yang terjadi (Krishna, K., & Krueger, A. O., 1995). Dengan demikian, RoO dapat menyebabkan berkurangnya akses pasar untuk mitra dagang dan oleh karena itu sebagian menghilangkan keuntungan dari perdagangan bebas (Bourdon ,M., et al. 2016). Indonesia yang memiliki *comparative advantage* di sektor pertanian, membuat cara kerja RoO memiliki dampak lain. RoO yang secara tidak langsung dapat disebut sebagai proteksi, minimal, akan menunda dan bisa mengurangi manfaat yang dapat diterima oleh Indonesia dari sektor pertanian (Bourdon, M., et al. 2016). Sebagian besar produk pertanian, memiliki aturan RoO yang sepenuhnya diproduksi, ditanam maupun dibesarkan di negara tersebut atau biasa disebut sebagai aturan *wholly obtained*. Peraturan RoO dengan kriteria tertentu yang harus dipenuhi, membuat potensi peningkatan biaya produksi menjadi bertambah (Anson, J., et al. 2005). Tidak semua faktor produksi diperoleh di suatu negara, terlebih bila menyangkut ongkos produksi yang dikeluarkan untuk mendapatkan faktor produksi tersebut. Penetapan RoO yang restriktif bagi komoditas pertanian, lebih berpeluang untuk upaya peningkatan biaya produksi bila dibandingkan dengan jenis produk lainnya. Dalam struktur perundang-undangan, Indonesia belum membuat regulasi yang lebih terperinci mengenai RoO padahal posisi Indonesia yang terlibat dalam banyak FTA yang semuanya memuat

mengenai aturan RoO, sehingga terdapat kemungkinan untuk Indonesia dirugikan (Latifah, E., 2015).

a. Tingkat hambatan RoO ACFTA pada Komoditas Pertanian

Semenjak Cina memutuskan bergabung dengan WTO dan melakukan kesepakatan ACFTA, perdagangan antara Cina dan ASEAN meningkat pesat. Integrasi kedua ekonomi juga memberi kesempatan bagi negara pengekspor pertanian lainnya untuk meningkatkan ekspor mereka ke Cina dan ASEAN. ACFTA akan meningkatkan daya saing negara anggotanya di banyak komoditas. Pertanian sendiri, adalah industri penting di Cina yang mempekerjakan lebih dari 300 juta petani, yang menghidupi 20 persen dari total populasi dunia meski hanya memiliki 9 persen dari lahan subur di seluruh dunia (Carter, C. A, 2011). Cina memproduksi 18 persen dari biji sereal dunia, 29 persen dari daging dunia, dan 50% dari sayuran dunia.

Keberhasilan Cina yang merupakan produsen pertanian terbesar di dunia sebagai produsen global daging babi, gandum, nasi, teh, kapas, dan ikan. Nilai *output* pertanian Cina adalah dua kali total nilai *output* AS (Carter, C. A, 2011). RoO pada HS04 pada *dairy product* cukup restriktif diterapkan pada ACFTA, mengingat bahwa Cina cukup sensitif untuk produk susu. Cina pada tahun 2008 sempat mengalami skandal susu terkontaminasi melanin ditambah pada tahun 2010 terdapat kasus keberadaan bahan kimia yang mematikan dalam produk susu di Cina. Keinginan Cina untuk memperkuat peraturan untuk produk dairy ini mengharuskan produk susu berasal dari negara asal dengan teknis tertentu yang didalamnya memiliki *certificate of analysis* dari Cina sendiri (Febriningtyas, M. , 2018).

b. Tingkat hambatan RoO AKFTA pada Komoditas Pertanian

AKFTA tampak lebih liberal bila dibandingkan dengan ACFTA, dengan cakupan produk yang lebih besar menggunakan perubahan klasifikasi tarif (*Change Tariff Classification*). RoO yang lebih liberal ini, mengizinkan aturan perubahan tarif pada suatu barang yang mungkin menggunakan material dari negara lain di luar FTA, dari perubahannya dari barang mentah menuju barang jadi. Suatu produk bisa tidak diproduksi sepenuhnya oleh negara yang bersangkutan, namun tetap memenuhi aturan untuk mendapatkan preferensi tarif. AKFTA memperkenalkan

pendekatan untuk *back-to-back certificate of origin* untuk barang-barang yang melalui *indirect export* atau dalam contohnya ekspor yang transit di Singapura yang berasal dari negara ASEAN lain (Manchin, M., & Pelkmans-Balaoing, A. O., 2007). *Back to back certificate* ini dapat menjadi pemecahan masalah *indirect export* yang Indonesia alami. Untuk aturan de minimis pada AKFTA dibedakan atas produk tekstil dan non tekstil. Komoditas pertanian yang termasuk produk non tekstil, 10 persen dari total nilai komoditas pertanian bisa menggunakan *input* dari non anggota kesepakatan. Berdasarkan struktur *product specific rules*, AKFTA cenderung lebih liberal pada komoditi HS 03 *fish crustaceans, molluscs and other aquatic invertebrates*, HS 04 *Dairy Produce*, HS 09 *Coffee, tea and spices*, HS 11 *Products of milling industry*, HS 13 *Lac, gums, resins and other vegetable saps and extracts*. Sesuai dengan tarif impor yang tidak mahal pada sektor-sektor tersebut, dan hambatan perdagangan yang cukup signifikan termasuk hambatan administratif dan sanitary bahkan untuk dalam negeri Korea Selatan sendiri yang menekankan pada kebijakan pertanian, dengan biaya makanan yang tinggi bagi konsumen (Febriningtyas, M. , 2018).

c. Tingkat hambatan RoO AJCEP pada Komoditas Pertanian

Jepang termasuk salah satu negara yang memiliki kebijakan pertanian yang protektif walaupun tidak lagi memiliki keunggulan komparatif di bidang pertanian. Kondisi ini karena area pertanian yang terbatas dan peningkatan keuntungan yang komparatif dari sektor industri yang didukung oleh aksesibilitas tenaga kerja yang diinstruksikan dapat memadai. Keamanan yang dilakukan Jepang adalah untuk menghindari keadaan darurat jika mengandalkan impor. Aturan umum RoO AJCEP adalah perubahan klasifikasi tarif (CTC) dengan penerapan nilai tambah regional (RVC) sebagai aturan opsional. Ini menggambarkan kecenderungan RoO Jepang yang lebih liberal dari FTA Jepang sebelumnya. Berdasarkan struktur *products specific rules*, RoO memiliki peraturan yang paling liberal pada HS 09 *Coffee, tea and spices*. Perlu diketahui bahwa Jepang merupakan salah satu pengimpor kopi terbesar di dunia setelah A dan Amerika Serikat. Namun berdasarkan *product specific rules* lainnya, RoO AJCEP untuk komoditas pertanian menggunakan aturan CC atau

perubahan klasifikasi tarif *Change Chapter*. Berdasarkan hal ini dinilai sangat liberal bila dibandingkan AKFTA yang memuat banyak peraturan *wholly obtained* didalamnya. Selain itu AJCEP sangat liberal dalam peraturan *accumulation*, dimana AJCEP mengizinkan suatu barang asal dari suatu pihak dalam suatu kesepakatan, akan dipertimbangkan sebagai barang asal dari pihak tersebut dimana barang tersebut diolah.

AJCEP pada dasarnya menjadi serangkaian kesepakatan bilateral juga diantara Jepang dan anggota ASEAN. Sehingga peraturan RoO menjadi seragam per produk dan menghasilkan RoO yang lebih liberal (Medalla, E. M., & Balboa, J. D, 2009). Pada perjanjian Bilateral Jepang sebelumnya dengan negara anggota ASEAN, memiliki RoO cukup restriktif untuk produk tertentu karena pada dasarnya Jepang merupakan negara yang sensitif dengan produk pertanian. Thailand, sebagai eksportir beras terbesar di dunia, sepakat dengan Jepang untuk tidak memasukkan beras dari FTA dengan Jepang, sementara Filipina melanjutkan negosiasi penghapusan tarif gula. Hubungan Jepang dan Malaysia pun juga mengecualikan nanas dan produk susu dari Malaysia (Heng, T. M., 2007). Kesepakatan mengenai RoO baik pada dimensi sektoral maupun umum ini, dilihat bergantung pada siapa mitra dagang dari ASEAN tersebut. Peraturan RoO disesuaikan dengan keadaan dan kepentingan negara mitra dagang. Walaupun beberapa peraturan hampir mirip, namun kondisi ini memberikan dampak besar maupun kecil yang berbeda, jika dengan mitra dagang yang berbeda pula. Selain itu ditemukan bahwa, tingkat hambatan RoO cenderung lebih tinggi pada komoditas yang memiliki tingkat restriktif pada *product specific rules* yang tinggi. Hal ini sesuai dengan literatur yang berkembang, yang mengartikan RoO dalam perjanjian perdagangan sebagai hambatan daripada sebagai masalah teknis (Cadot, O., & Ing, L. Y., 2016).

I. POSISI KERJASAMA PERMASARAN PRODUK PERTANIAN LOKAL DALAM PERDAGANGAN BEBAS

Perdagangan produk pertanian di pasar bebas ASEAN 2015, khususnya sektor pangan, akan sangat menggiurkan bagi para pelaku usaha di ASEAN. Indonesia dengan jumlah penduduk terbesar di ASEAN mempunyai pangsa pasar yang besar untuk komoditas pertanian. Walaupun Indonesia

memiliki banyak keunggulan dari segi geografi, sumber daya alam, dan sumber daya manusia, Indonesia masih berhadapan dengan kekurangan dalam memenuhi pasokan produk pertanian dalam negeri. Di sisi lain, MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN) membuka pasar yang luas bagi produk pertanian lokal agar mampu mengakses ke pasar ASEAN tanpa hambatan tarif. Suatu produk untuk mendapatkan fasilitas dalam FTA harus memenuhi kriteria yang dipersyaratkan dari segi kualitas produk, proses produksi, hingga kelengkapan administrasi. Tujuan utama dari FTA adalah untuk meningkatkan perdagangan di dalam kawasan (*intra-region*), dan meningkatkan daya saing regional di pasar global. FTA ditujukan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi negara-negara anggota dan ini juga harus dikorelasikan dengan peningkatan pendapatan dan standar hidup bagi produsen produk lokal, pekerja dan pelaku sektor terkait. Produk pertanian adalah salah satu komoditas yang mendapat tempat khusus di bawah MEA karena pangsa pasar regional yang relatif besar dan terus meningkat sejalan dengan pertambahan jumlah penduduk. Kejahatan perdagangan internasional terhadap produk pertanian lokal merugikan petani dan produsen pertanian lokal secara tidak langsung. Mengurangi margin keuntungan yang seharusnya diperoleh petani lokal dan produsen lokal untuk menutup industri hilir pertanian. Bagaimana instrumen hukum terkait perdagangan dapat memberikan perlindungan hukum terhadap kejahatan perdagangan internasional di pasar bebas sangat mendesak untuk dianalisis dan dipetakan. Pada akhirnya para pelaku usaha, pelaku pasar, dan pemangku kepentingan, dapat mengakses instrumen hukum tersebut agar terhindar dari kerugian akibat kejahatan internasional terhadap produknya (Putranti, I. R., & Paramasatya, S., 2014). GAP (Good Agriculture Product) atau Pedoman Budidaya Buah dan Sayur yang Baik adalah pedoman untuk cara budidaya buah dan sayuran yang baik, termasuk penggunaan teknik yang tidak berbahaya bagi ekosistem, mencegah penyebaran entitas Organisme Perusak Tanaman (OPT), menjaga kesehatan petani dan mengembangkan lebih lanjut bantuan pemerintah, dan penelusuran produk (*traceability*). GAP dimaksudkan untuk memberikan produk buah dan sayuran yang baik untuk digunakan dan dikonsumsi, berkualitas tinggi dan tidak berbahaya bagi ekosistem, dengan cara ini memperluas pengakuan dan kekuatan daya saing produk

buah dan sayuran Indonesia di pasar internasional dan domestik. SOP (Standar Operasional Prosedur) adalah aturan khusus untuk latihan pengembangan dan pasca pengumpulan yang siap untuk item dan area eksplisit berdasarkan keadaan nyata di lapangan dan mencakup semua mitra yang terkait dengan peningkatan produk organik. SOP berisi arahan untuk penanganan produk buah segar dan berfungsi sebagai pedoman untuk memberikan produk organik yang berkualitas dan berdaya saing.

Hal ini terbukti, Pada 2020, ekspor buah-buahan sekitar USD 645,48 juta, yaitu meningkat 37,75 persen dibanding 2019. Nilai ekspor yang meningkat ini didominasi oleh produk buah-buahan dimana sepanjang pandemi Covid-19 tahun 2020, nilai realisasi ekspor buah-buahan tercatat sebesar USD 389,9 juta, meningkat 30,31 persen dibanding 2019. Terdapat lima negara tujuan ekspor utama Indonesia antara lain: China, Hongkong, Malaysia, Arab Saudi, dan Pakistan. Produksi buah Indonesia, dari tahun 2000 hingga 2020 memiliki rata-rata pertumbuhan per tahun meningkat 6,06 persen (Perekonomian, K. K. B., & Indonesia, R., 2021). Oleh sebab itu diperlukan sistem preharvest dan postharvest yang terintegrasi agar memperoleh kualitas buah yang dapat diterima oleh konsumen internasional (Purnama, I. N., Sarma, M., & Najib, M., 2014). Penelitian Sivakumar, D., Jiang, Y., & Yahia, E. M., 2011) menjelaskan bahwa manajemen kebun, pemanenan, pengemasan, perlakuan postharvest, manajemen suhu, transportasi, serta kondisi penyimpanan yang tepat dan baik dapat mempertahankan kualitas mangga, dan memperpanjang masa simpan, serta mengurangi tingkat kerusakannya selama proses ekspor.

Salah satu contohnya adalah standar ekspor mangga berdasarkan SNI 3164:2009, CODEX STAN 184-1993, AMD. 1-2005 biasanya dalam kelas super atau kualitas terbaik dengan kriteria bebas dari cacat kecuali cacat sangat kecil dan kelas A dimana cacat yang di ijinakan adalah cacat ringan karena goresan atau terbakar sinar matahari, noda karena lateks dan bekas lecet tetapi tidak mempengaruhi daging buah (Badan Standardisasi Nasional, 2009). Kriteria minimum untuk mangga komersial utuh; padat; penampilan segar; layak untuk dikonsumsi; bersih, bebas dari benda asing yang terlihat; bebas dari memar; bebas dari hama dan penyakit; bebas dari kerusakan yang disebabkan oleh suhu rendah dan atau suhu tinggi; bebas dari kelembaban eksternal yang tidak normal, kecuali kondensasi

sesaat setelah dikeluarkan dari penyimpanan dingin; bebas dari bau dan rasa asing; memiliki kematangan buah yang cukup; jika ada tangkai buah, panjangnya tidak boleh lebih dari satu cm. Importir biasanya memerlukan kriteria tertentu bagi eksportir untuk disesuaikan dengan pasar, seperti ukuran buah dan keseragaman. Volume ekspor mangga Indonesia ke Timur Tengah dan Singapura cukup besar dan mendominasi total ekspor, namun jika dibandingkan dengan negara pesaing lainnya jumlahnya jauh lebih kecil. Pasar mangga Timur Tengah hampir 40% didominasi oleh mangga dari India, Yaman, Pakistan, Kenya, dan Belanda, sedangkan pasar Singapura adalah Malaysia, Thailand, India, Pakistan dan Filipina (Faostat, F. A. O., & *Production*, A. C., 2012). Negara-negara tersebut menawarkan harga yang lebih rendah karena biaya distribusi yang lebih murah atau pengurangan bea masuk bagi negara-negara yang telah memiliki perjanjian bilateral, seperti Thailand dengan China dan Thailand serta Filipina dengan Jepang (Poerwanto, R., 2003).

Importir berhak untuk memutuskan ukuran mangga yang ideal dan kesesuaian harga penjualannya. Walaupun seperti itu, eksportir tetap dapat menegosiasikan harga yang dapat disesuaikan dengan harga di pasar negara tujuan. Eksportir Indonesia sebagian besar tidak memiliki regulasi kerjasama atau MoU dengan importir, premis kepercayaan menjadi dasar transaksi perdagangan. Hal ini membuat posisi pengeksportir menjadi tidak cukup dengan asumsi bahwa masalah terjadi dalam siklus distribusi. Eksportir adalah pengusaha utama yang mempengaruhi distribusi, diikuti oleh pemerintah, karena eksportir adalah pengusaha yang terhubung langsung oleh sektor bisnis di seluruh dunia. Salah satu hambatan yang dihadapi pengeksportir Indonesia adalah biaya transportasi yang cukup besar. Kondisi ini mengurangi intensitasnya dibandingkan dengan mangga dari negara pesaing, misalnya Thailand adalah salah satu pemasok mangga utama ke pasar Singapura, kedekatan jaraknya yang lebih dekat dan sistem produksi yang hebat membuat harga mangganya lebih kompetitif. Pemerintah sudah berusaha untuk mengadakan pembicaraan dengan maskapai komersial untuk mengurangi biaya transportasi, namun biaya ini dianggap terlalu berat bagi eksportir. Selain itu, produk pertanian tidak dibutuhkan dalam transportasi penerbangan bersifat produk mudah rusak, sehingga meningkatkan risiko kerugian. Oleh

sebab itu diperlukan sistem pengiriman yang unggul, alternatif pilihan dengan administrasi angkutan kargo untuk mendapatkan biaya transportasi yang lebih baik bagi eksportir produk pertanian dan dan prioritas pengiriman produk yang mudah rusak, penggunaan layanan kargo dibandingkan dengan layanan penerbangan komersial, serta program maupun bantuan pada biaya transportasi dari pemerintah (Purnama, I. N., et al. 2014).

Pengurangan atau penghapusan hambatan tarif dalam perjanjian perdagangan internasional menciptakan kendala perdagangan lain, berupa hambatan teknis. Hambatan teknis ini adalah penerapan standar yang ketat tentang kriteria suatu produk oleh negara tujuan dengan alasan membatasi pasokan barang, mencegah fluktuasi harga barang, melindungi produk dalam negeri, dan alasan pemasaran produknya di dalam negara eksportir (How, R.B., 2012). Untuk produk pertanian, umumnya alasan yang digunakan adalah untuk melindungi konsumen dan mencegah penyebaran OPT dari negara inang OPT. Negara tujuan ekspor utama Indonesia dalam beberapa tahun terakhir adalah Timur Tengah dan Singapura. Persyaratan ekspor mangga ke negara tujuan ekspor tidak terlalu ketat, sehingga mangga Indonesia bisa diterima. Kedua area tersebut tidak perlu bebas hama, cukup kadar pestisida rendah yang memenuhi standar CODEX dan diberi label serta dikemas (*United States Department of Agriculture*, 2012). Pada kemasan terdapat keterangan mengenai deskripsi produk, kandungan gizi, berat, negara asal, nama perusahaan dan alamat lengkap, serta tanggal ekspor. Namun, prosedur impor produk hortikultura ke negara pasar utama lainnya, seperti Jepang dan Amerika Serikat, sangat ketat. Keduanya memerlukan sertifikat fitosanitasi dan perlakuan pascapanen mangga dengan fasilitas/ teknologi yang disetujui oleh pemerintah kedua negara yaitu VHT oleh Jepang dan HWT oleh Amerika Serikat, serta budidaya di kebun yang telah terdaftar GAP (Musa R, et al. 2010; Japan External Trade Organization 2011; United States Department of Agriculture 2012).

Hal ini diperlukan dengan alasan untuk mencegah penyebaran hama dan penyakit yang masuk dari negara asal dan menjamin keamanan buah bagi konsumen dengan melakukan pengecekan kadar pestisida dan zat berbahaya lainnya. Konsultasi bilateral untuk mencabut larangan ekspor

mutlak diperlukan sebagai langkah awal untuk mendapatkan izin masuk ke pasar kedua kawasan. Berikut adalah contoh prosedur permohonan ekspor buah dan sayuran segar ke Jepang: 1) permintaan konsultasi bilateral, 2) pemeriksaan oleh tim ahli dari Jepang, 3) pengembangan pengobatan disinfestasi hama dalam hal ini alat buah yaitu pengobatan VHT gratis pada mangga, 4) pemeriksaan data oleh tim ahli Jepang, 5) konfirmasi dan dengar pendapat publik, 6) amandemen peraturan, 7) pencabutan larangan (Musa R, et al. 2010; *Japan External Trade Organization*, 2011). Prosedur yang ketat berarti hanya sedikit negara yang dapat mengimpor produk hortikultura mereka ke Jepang.

Dalam rangka meningkatkan perdagangan komoditas pertanian di tingkat Internasional dan peningkatan mutu dan standar produk pertanian Indonesia setiap tahun telah dilaksanakan kerja sama dan harmonisasi standar mutu. Di bidang pengawasan mutu dan keamanan pangan selama periode 2010-2013 telah dihasilkan sepuluh nomor pendaftaran kemas (registrasi *packing house*), 18 nomor pendaftaran pangan segar asal tumbuhan (registrasi PSAT) dan 22 nomor verifikasi OKKP-D. Untuk mendukung pengembangan mutu dan standarisasi bidang pertanian diperlukan juga kerja sama dan harmonisasi standarisasi, baik bilateral maupun regional. Harmonisasi dan kerjasama yang telah dilakukan antara lain: (a) Kerja sama *Trade Support Program* (TSP II) yaitu kerja sama teknis Indonesia dengan Uni Eropa dengan tujuan mendorong *Export Quality Infrastructure* (EQI), (b) Harmonisasi standar dan regulasi teknis bertujuan untuk meningkatkan kesesuaian dengan standar dan regulasi internasional maupun persyaratan mitra dagang, dilaksanakan melalui partisipasi aktif Indonesia di forum regional ASEAN dan APEC serta forum internasional berupa Codex Alimentarius dan ISO. Harmonisasi standar di tingkat ASEAN utamanya untuk menyiapkan produk pertanian memasuki Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) pada tahun 2015. Capaian kegiatan Direktorat Pemasaran Internasional tercermin dan beberapa kegiatan antara lain kegiatan peningkatan ekspor kakao, peningkatan ekspor karet, peningkatan ekspor kopi, peningkatan ekspor lada dan teh, fasilitasi peningkatan ekspor dalam forum WTO, fasilitasi kemudahan ekspor dalam forum ASEAN-FTA, perlindungan terhadap komoditi strategis (beras dan

gula), peningkatan ekspor komoditi hortikultura, pengembangan data dan informasi serta kajian *market intelligence*.

Secara umum, kegiatan partisipasi dalam forum internasional bertujuan untuk mengetahui perkembangan terkini perundingan/negosiasi bidang pertanian, memperjuangkan kepentingan ekspor produk pertanian, dan melakukan perlindungan pasar domestik.

Forum Bilateral terdiri dari:

- a. Indonesia — *Japan Economic Partnership Agreement* (U-EPA);
- b. *Preferential Tarrif Agreement* (PTA) Indonesia — Pakistan;
- c. Indonesia — *Korea Comprehensive Economic Partnership Agreement* (IKCEPA);
- d. Indonesia — *EFTA Comprehensive Economic Partnership Agreement* (IECEPA);
- e. Indonesia — *Australia Comprehensive Economic Partnership Agreement* (IACEPA); dan
- f. Indonesia — *Uni Eropa Comprehensive Economic Partnership Agreement* (EUCEPA);

Forum Regional terdiri dari:

- a. Pasar tunggal ASEAN (AEC) dan *Regional Comprehensive Economic Partnership* (RCEP); dan
- b. FTA ASEAN dan ASEAN-Mitra Dialog

Forum Multilateral terdiri dari:

- a. Forum WTO;
- b. Forum APEC;
- c. Forum D-8;
- d. Forum COMCEC Forum komoditi internasional;
- e. *International Cocoa Organization* (ICO);
- f. *International Sugar Organization* (ISO);
- g. *International Coffee Organization* (ICO);
- h. Forum *ASEAN National Focal Point Working Group on Coffee, Tea, Cacao and Pepper*;
- i. *International Tripartite Rubber Cooperation* (ITRC); dan
- j. *ASEAN Cocoa Club* (ACC).

J. **TRACEABILITY/KETELUSURAN PRODUK PERTANIAN**

Traceability/ketelusuran produk pertanian, terutama pada produk tanaman pangan, adalah elemen penting dalam menjamin kualitas dan keamanan produk yang dikonsumsi oleh masyarakat. Ketertelusuran produk meliputi proses dari produksi hingga distribusi, dari mana produk berasal dan ke mana produk akan didistribusikan. Produsen wajib memberikan identifikasi unik dari setiap bahan atau material yang digunakan dalam produksi, sehingga memudahkan identifikasi komponen produk bagi pengguna atau konsumen. Ketelusuran di era modern digunakan untuk memastikan keamanan dan kebutuhan kapitalisasi produk seperti *branding* seperti yang terlihat pada tren pelabelan produk, salah satunya label organik untuk produk pertanian. Beberapa negara menerapkan peraturan yang lebih ketat dari persyaratan minimum WTO pada hal ketelusuran. Uni Eropa (UE) telah menjadi yang pertama menerapkan standar ketertelusuran minimum ke dalam undang-undang. Berdasarkan Peraturan UE EC 178/2002 Pasal 18. Ketelusuran mampu meningkatkan tingkat kepercayaan konsumen pada produk yang dikonsumsi. Ketelusuran diperlukan untuk mendorong produk pertanian lokal agar menembus pasar internasional. Di lain sisi, ketelusuran dinilai masih membutuhkan sistem dinilai sulit dan berbiaya tinggi bagi sebagian besar produsen pertanian di negara berkembang, salah satunya adalah negara Indonesia. *Traceability* dinilai dapat menjadikan produk Indonesia berdaya saing di pasar internasional, karena melalui *traceability* ini produk unggulan suatu daerah mampu terhindar dari “Pembajakan produk” oleh pihak-pihak yang ingin mendapatkan keuntungan. Kenyataannya, ketelusuran masih belum terlalu dikenal bagi sebagian besar produsen pertanian dalam negeri. Kendala bagi produsen pertanian di negara berkembang adalah usaha pertanian yang masih kecil dan sebagian besar petani belum tergabung dalam kelompok asosiasi atau biasa disebut gapoktan (gabungan kelompok tani), sehingga masih kesulitan mengakses sistem ketelusuran.

Traceability adalah salah satu instrumen perdagangan internasional di pasar bebas yang berfungsi sebagai alat pengaman untuk memastikan fasilitas profit yang ada agar tidak disalahgunakan oleh pihak-pihak tertentu. Seharusnya produk pertanian negara anggota pasar bebas

difasilitasi dalam perjanjian pasar bebas, namun karena tidak didukung oleh dokumen dan persyaratan ketelusuran, akan sulit menembus pasar dan pada akhirnya akan terpinggirkan. Hal yang ditemui pada perakitan produk, nilai tambah suatu produk menjadi lebih rumit dari berbagai sumber. Oleh sebab itu perlu dipastikan bahwa produk akhir memenuhi Ambang Batas Pengolahan yang Memadai (*Sufficient Processing Threshold/ SPT*) seperti yang dipersyaratkan dalam perjanjian perdagangan bebas. Persyaratan yang ketat memaksa perusahaan untuk memilih antara memenuhi standar ketat pasar ekspor utama dan mencari pasar asing atau domestik lain yang biasanya kurang kompetitif dan menguntungkan. Di pasar yang sangat kompetitif, insiden keamanan pangan dapat merusak nama merek dan bahkan bisnis, dan oleh karena itu pembeli di pasar yang sangat kompetitif, seperti Jepang, cenderung memiliki persyaratan yang sangat ketat untuk pemasok mereka. Contoh standar terbuka yang memerlukan ketelusuran adalah British Retail Consortium Global Standard, International Food Standard, Safe Quality Food 2000 Code, GlobalGAP General Regulations, dan ISO 22000:2005. Sistem keterlacakan memperkuat industri dan mempersiapkan mereka untuk menghadapi krisis rantai pasokan di masa depan atau dinamika pasar yang berubah. Sistem ketelusuran memungkinkan komunikasi publik langsung dengan negara-negara produsen dan konsumen. Sistem *traceability* dapat meningkatkan efisiensi perdagangan secara cepat dan akurat dalam pencatatan, pencatatan, dan pelaporan informasi. Efisiensi ini mampu meningkatkan keuntungan pihak industri dalam negeri di negara berkembang dan sebagai mitra dagang internasional (Putranti, I. R., & Paramasatya, S., 2014).

K. RANGKUMAN MATERI

Perdagangan bebas yang terjadi antar negara menyebabkan peningkatan pendapatan nasional, transaksi modal, cadangan devisa, serta kesempatan kerja yang lebih luas Indonesia merupakan negara kepulauan dengan sumber daya yang melimpah. Sistem ekonomi yang dianut menunjukkan bahwa Indonesia merupakan salah satu negara yang aktif melakukan kegiatan perdagangan internasional dengan negara lain. Ada banyak teori untuk menjelaskan kerja sama internasional, antara lain teori

realisme, teori neoliberalisme dan teori marxisme. Perjanjian FTA /PTA bertujuan untuk meningkatkan kapasitas besaran perdagangan barang dan jasa, meningkatkan mobilitas modal dan tenaga kerja, meningkatkan produksi, meningkatkan efisiensi produksi dan meningkatkan daya saing hasil produk pertanian. Tujuan pendirian adalah untuk menciptakan manfaat bagi seluruh negara anggota, karena hal ini akan mengarah pada peningkatan spesialisasi produksi berdasarkan keunggulan komparatif. Menerapkan tarif yang berbeda untuk negara-negara non-anggota, FTA/PTA didukung oleh skema *Rules of Origin* (RoO). RoO menciptakan disinsentif untuk membelokkan perdagangan dengan memberikan batasan dan regulasi yang bertujuan untuk menentukan kelayakan perlakuan preferensial untuk komoditas tertentu. FTA yang sebagian besar bermotif politik dan memiliki tujuan kebijakan luar negeri, dapat memanfaatkan RoO untuk melindungi anggota dari dampak ekonomi yang timbul dari perjanjian perdagangan bebas, yaitu penghapusan tarif. Sehingga secara tidak langsung RoO digunakan sebagai restriksi atau dengan kata lain sebagai non-tariff barrier untuk menghindari terjadinya defleksi perdagangan. Tujuan utama dari FTA adalah untuk meningkatkan perdagangan di dalam kawasan (*intra-region*), dan meningkatkan daya saing regional di pasar global maupun ASEAN. FTA ditujukan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi negara-negara anggota dan ini juga harus dikorelasikan dengan peningkatan pendapatan dan standar hidup bagi produsen produk lokal, pekerja dan pelaku sektor terkait. Produk pertanian merupakan salah satu komoditas yang mendapat tempat khusus di bawah MEA karena pangsa pasar regional yang relatif besar dan terus meningkat sejalan dengan pertumbuhan jumlah penduduk. Tujuan utama dari FTA adalah untuk meningkatkan perdagangan di dalam kawasan (*intra-region*), dan meningkatkan daya saing regional di pasar global. FTA ditujukan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi negara-negara anggota dan ini juga harus dikorelasikan dengan peningkatan pendapatan dan standar hidup bagi produsen produk lokal, pekerja dan pelaku sektor terkait. Produk pertanian merupakan salah satu komoditas yang mendapat tempat khusus di bawah MEA karena pangsa pasar regional yang relatif besar dan terus meningkat sejalan dengan pertumbuhan jumlah penduduk. Selain hasil kesepakatan FTA/PTA, peraturan

pemerintah masih harus mengacu pada beberapa peraturan sebelumnya. Masalah ketahanan pangan, kedaulatan pangan dan swasembada pangan menjadi masalah dalam mengarahkan kebijakan pertanian Indonesia. Berikut beberapa peraturan perundang-undangan yang mengatur bidang pertanian (UU No. 18 Tahun 2012, UU No. 19 Tahun 2013, UU No. 42 Tahun 2014, dan Perpres No. 71 Tahun 2015). Selain perjanjian FTA/PTA di forum regional, Indonesia mempunyai kesepakatan FTA/PTA untuk kerja sama bilateral. Jepang dan Pakistan adalah negara yang mempunyai hubungan FTA/PTA dengan Indonesia. Indonesia berkepentingan dengan Jepang mengenai produk ekspor dan impor nonmigas. Produk pertanian negara anggota pasar internasional wajib difasilitasi dalam perjanjian pasar bebas, namun karena tidak didukung oleh dokumen dan persyaratan ketelusuran, kemungkinan sulit menembus pasar dan pada akhirnya akan terpinggirkan. Contoh lain adalah perakitan produk, nilai tambah suatu produk menjadi lebih rumit dari berbagai sumber, maka harus dipastikan bahwa produk akhir memenuhi kriteria SPT seperti yang dipersyaratkan dalam perjanjian perdagangan bebas.

TUGAS DAN EVALUASI

1. Jelaskan teori-teori kerja sama internasional? Beri contohnya!
2. Jelaskan maksud dari *Free Trade Agreement* (FTA)! Beri contohnya!
3. Jelaskan undang-undang yang mengatur sektor pertanian di Indonesia!
4. Berikan salah satu contoh bentuk kerja sama internasional pertanian Indonesia oleh pemerintah daerah!
5. Mengapa *traceability* produk pertanian diperlukan dalam perdagangan internasional?

DAFTAR PUSTAKA

- Anson, J., Cadot, O., Estevadeordal, A., Melo, J. D., Suwa-Eisenmann, A., & Tumurchudur, B. (2005). Rules of origin in North–South preferential trading arrangements with an application to NAFTA. *Review of International Economics*, 13(3), 501-517.
- Augier, P., Gasiorek, M., & Lai Tong, C. (2005). The impact of rules of origin on trade flows. *Economic Policy*, 20(43), 568-624.
- Badan Standardisasi Nasional (BSN). 2009. Standar Nasional Indonesia: SNI 3164:2009. Jakarta, Badan Standardisasi Nasional.
- Bhagwati, J., Greenaway, D., & Panagariya, A. (1998). Trading preferentially: Theory and policy. *The Economic Journal*, 108(449), 1128-1148.
- Bourdon, M., Le Mouel, C & Peketi, M. (2016). The Impact of Regional Trade Agreements on Agrifood Ekspors : The Role of Rules of Origin. Working Paper SMART-LERECO N16-08 September 2016.
- Burton JW. 1972. World society. Cambridge (GB): Cambridge University Press
- Buzan, B., & Schouenborg, L. (2018). *Global International Society: A new framework for analysis*. Cambridge University Press.
- Cadot, O., & Ing, L. Y. (2016). How Restrictive are ASEAN's RoOs?. *Asian Economic Papers*, 15(3), 115-134.
- Carter, C. A. (2011). China's agriculture: Achievements and challenges. *ARE Update*, 14(5), 5-7.
- Estevadeordal, A., & Suominen, K. (2003, April). Rules of origin: a world map. In *seminar'Regional Trade Agreements in Comparative Perspective: Latin America and the Caribbean and Asia Pacific*.
- Febriningtyas, M. (2018). *Dampak Rules of Origin pada Kesepakatan Perdagangan Bebas ASEAN+ 1 terhadap Ekspor Komoditas Pertanian Indonesia* (Doctoral dissertation, Bogor Agricultural University (IPB)).
- Fergusson, IF, Cooper, WH, Jurenas, R dan Wi Iliams, BR. (2013). Trans-Pacific Partnership Agreement, The Trans-Pacific Partnership

- Negotiations and Issues for Congress, Washington DC: Congressional Research Service.
- Faostat, F. A. O., & Production, A. C. (2012). Food and agriculture organization of the united nations, 2010. *Roma, Italy*.
- Harris, J. 2007. Measurement and Determination of Rules of Origin in Preferential Trade Agreements (PTS's). [Disertasi] Faculty of the Graduate School of the University of Maryland, College Park.
- Heng, T. M. (2007). Relationship between the AJCEP and Japan's Bilateral EPAs with ASEAN Countries. *Regional Economic Policy Support Facility Project*, 5(002).
- Hermanto. (2018). Arah Kebijakan Kerja Sama Pertanian Indonesia Di Kawasan Asia Pasifik. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 36 (1), 63-79.
- Holsti, K. J. (1994). International politics: A framework of analysis. Eaglewood.
- How, R. B. (2012). *Marketing fresh fruits and vegetables*. Springer Science & Business Media.
- Japan External Trade Organization (JETRO). (2011). Guidebook for Export to Japan (Food Articles) 2011: Vegetables, Fruits, and Processed Products. Tokyo, Development Cooperation Division, Trade and Economic Cooperation Department.
- Kauffman, U. 2014. Determinants and Impacts of Rules of Origin in Australia's Free Trade Agreements. [Disertasi] Faculty of the Graduate School of the University of Adelaide, Australia.
- Kelleher, S. (2012). *Playing by the rules? The development of an amended index to measure the impact of rules of origin on intra-PTA trade flows* (No. WP12/22). UCD Centre for Economic Research Working Paper Series.
- Krishna, K., & Krueger, A. O. (1995). Implementing free trade areas: Rules of origin and hidden protection.
- Latifah, E. (2015). Pengaturan rules of origin di Indonesia dan masalah-masalah hukum yang ditimbulkannya. *Yustisia Jurnal Hukum*, 4(1), 33-54.
- Manchin, M., & Pelkmans-Balaoing, A. O. (2007). *Rules of origin and the web of East Asian free trade agreements* (Vol. 4273). World Bank Publications.

- Medalla, E. M., & Balboa, J. D. (2009). *ASEAN rules of origin: Lessons and recommendations for best practice* (No. 2009-36). PIDS Discussion Paper Series.
- Medalla, E. M. (2011). *Taking stock of the ROOs in the ASEAN+ 1 FTAs: toward deepening East Asian integration* (No. 2011-36). PIDS Discussion Paper Series.
- Musa, R., Hassan, F., Yusof, J. M., & Daud, N. M. (2010). Examining market accessibility of Malaysia's Harumanis mango in Japan: challenges and potentials. *Business Strategy Series*.
- Niko, N., & Samkamaria, S. (2019). Terminal Barang Internasional (TBI) dalam Konteks Pembangunan Ekonomi Masyarakat di Perbatasan Entikong, Indonesia-Malaysia. *Indonesian Journal of Religion and Society*, 1(2), 104-114.
- Oktaviani, R., & Tanti, N. (2014). Kebijakan Perdagangan Internasional (Aplikasinya di Indonesia). *IPB Pers*.
- Pengkajian, P. Pengembangan Kebijakan pada Organisasi Internasional (2016). Perdagangan dan Pembangunan Ekonomi: Tinjauan terhadap Sektor Pertanian dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Nasional.
- Perekonomian, K. K. B., & Indonesia, R. (2021). Pengembangan Hortikultura Berorientasi Ekspor Tingkatkan Produktivitas, Kualitas, dan Kontinuitas Produk Hortikultura. <https://www.ekon.go.id>.
- Poerwanto, R. (2003). Peran manajemen budidaya tanaman dalam peningkatan ketersediaan dan mutu buah-buahan. *Orasi Ilmiah Guru Besar Tetap Ilmu Hortikultura, Agricultural Department, Bogor Agricultural University. Bogor*.
- Purnama, I. N., Sarma, M., & Najib, M. (2014). Strategi peningkatan pemasaran mangga di pasar internasional. *Jurnal Hortikultura*, 24(1), 85-93.
- Putranti, I. R., & Paramasatya, S. (2014). Kejahatan Dalam Perdagangan Internasional: Perlindungan Hukum Produk Pertanian Lokal Dalam Pasar Bebas. *Jurnal ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 28-47.
- Rinaldi, M., Jamal, A., & Seftarita, C. (2017). Analisis Pengaruh Perdagangan Internasional Dan Variabel Makro Ekonomi Terhadap

- Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik Indonesia*, 4(1), 49-62.
- Salvatore, D. (2019). *International Economics*. John Wiley & Sons.
- Sangit, V., & Halidpurkar, S. (2012). Subconjunctival dirofilariasis mimicking scleritis: First report from Western India. *Indian journal of ophthalmology*, 60(1), 76.
- Sari, I. Trines. (2017). Hubungan Kerjasama Antara Negara Bagian Queensland Dengan Provinsi
<http://repository.umy.ac.id/handle/123456789/12122>.
- Sivakumar, D., Jiang, Y., & Yahia, E. M. (2011). Maintaining mango (*Mangifera indica* L.) fruit quality during the export chain. *Food Research International*, 44(5), 1254-1263.
- Statistik, B. P. (2021). Indikator Pertanian 2020. *Jakarta. BPS*.
- Sudaryanto, T. 2015, Policy to Achieve Self Sufficiency on Rice Production in Indonesia, FTTC Agricultural Policy Platform.
- Sudaryanto, T. 2015. Recent Policy Development and Agricultural Support Estimate in Indonesia, FTTC Agricultural Policy Platform.
- Tinbergen, J. (1954). International economic integration.
- United States Department of Agriculture (USDA). (2012). Fresh Fruits and Vegetables Import Manual. Second edition. Wahington DC, United States Department of Agriculture.
- United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). (2021). TRAINS NTMs: World Tariff Profiles 2021. UNCTAD's Trade Analysis Information System (TRAIS). <https://unctad.org/webflyer/world-tariff-profiles-2021>
- Windiani, R. (2014). Implementasi Sister Province Provinsi Jawa Tengah Dengan Negara Bagian Queensland Australia di Bidang Pertanian. *Jurnal Ilmu Sosial*, 13(2), 20-36.
- Zulkarnaen, I., Oktaviani, R., Tambunan, M., & Yulius, Y. (2012). Analisis dampak liberalisasi perdagangan kawasan ekonomi asia terhadap kinerja ekonomi makro ASEAN. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Pembangunan*, 1(2), 104-119.

GLOSARIUM

A

Asumsi: Praduga atau dugaan yang ditetapkan berdasarkan hal tertentu.

Average product: Produk per unit *input*.

B

Bulky: Jumlah yang banyak.

Broker: Penghubung pihak yang bertransaksi

Bukly/ voluminous: Memiliki ukuran yang besar pertumpukan

C

Commission agent: Pedagang perantara yang secara aktif turut serta dalam pelaksanaan fungsi pemasaran

Ceiling price: Harga maksimum

D

Decreasing Return to Scale: Adanya penambahan produk akhir yang semakin berkurang ketika terjadi penambahan jumlah *input* yang digunakan.

Degradasi: Kemunduran, kemerosotan, penurunan, dan sebagainya (tentang mutu, moral, pangkat, dan sebagainya).

DPTM: Diseminasi Produk Teknologi pada Masyarakat

E

Elastisitas: Tingkat kepekaan segala sesuatu atas terjadinya perubahan hal lain.

F

Fungsi produksi: Fungsi atau persamaan yang menjelaskan kebutuhan *input* yang digunakan untuk menghasilkan *output*.

Floor Price: Harga minimum

Facilitative organizations: Organisasi fasilitatif yang sudah dikenal di Indonesia adalah pasar lelang ikan

Farm gate: Pintu gerbang petani

Form Utility: Kegunaan Bentuk

Fiskal: Berkenaan dengan urusan pajak atau pendapatan negara.

G

Grain millers: Lembaga pemasaran yang memiliki gudang penyimpanan produk pertanian

H

Human spirit atau values-driven: Semangat manusia

I

Increasing Return to Scale: Adanya penambahan produk akhir yang semakin meningkat ketika terjadi penambahan jumlah *input* yang digunakan.

Input: Bahan baku.

Irasional: Tidak masuk akal.

Interuention: campur tangan

Iklim: Keadaan hawa (suhu, kelembapan, awan, hujan, dan sinar matahari) pada suatu daerah dalam jangka waktu yang agak lama.

J

K

Keunggulan absolut (*absolute advantage*): Peluang ekspor berdasarkan biaya produksi yang lebih rendah.

Keunggulan komparatif (*comparative advantage*): Peluang ekspor berdasarkan biaya produksi yang lebih rendah dibandingkan barang lain.

Kuota ekspor: Jumlah maksimum ekspor yang diizinkan oleh pemerintah negara pengekspor.

Kuota impor: Jumlah maksimum impor yang diizinkan oleh pemerintah negara pengimpor untuk melindungi produsen dalam negeri.

Komoditas: Barang dagangan utama; *hasil bumi dan kerajinan setempat dapat dimanfaatkan sebagai ekspor*; Bahan mentah yang dapat digolongkan menurut mutunya sesuai dengan standar perdagangan internasional, misalnya gandum, karet, kopi.

Keseimbangan pasar: merupakan penyeimbangan penawaran dan permintaan dalam pasar yang bersaing secara sempurna, dimana baik

penjual maupun pembeli tidak mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi pasar.

Kegagalan pasar: adalah kondisi dimana pasar tidak mampu mendistribusikan barang dan jasa secara efektif yang disebabkan adanya monopoli, monopsoni dan oligopoli serta adanya eksternalitas dalam kegiatan ekonomi.

Kebijakan pemerintah: adalah serangkaian tindakan yang telah, sedang dan akan dilaksanakan oleh pemerintah untuk mempengaruhi pasar dalam rangka mencapai tujuan tertentu.

Kegagalan pemerintah: merupakan suatu kondisi dimana tujuan dari kebijakan pemerintah untuk menciptakan pasar yang efisien tidak tercapai.

L

Legacy marketing: Warisan pemasaran

M

Maksimisasi: Kegiatan yang bertujuan meningkatkan suatu hal yang ingin ditingkatkan.

Marginal product: Besaran tambahan produk (*output*) yang disebabkan oleh adanya tambahan *input*.

Monopolistic competition market: Pasar persaingan monopolistik

More human: Menonjol sifat kemanusiawianya

Moneter: Mengenai, berhubungan dengan uang atau keuangan.

N

Negative Return to Scale: Tidak adanya penambahan produk akhir ketika terjadi penambahan jumlah *input* yang digunakan.

NWM (New Wave Marketing): Pemasaran masa depan

Nilai tukar perdagangan (*terms of trade*): Rasio harga komoditas eksportnya terhadap harga komoditas impornya.

O

Output: Produk jadi.

Oligopoly competition market: Pasar persaingan oligopoli

P

Perishable: Mudah rusak

Perspektif: Sudut pandang atau pandangan

Produktivitas: Kemampuan setiap orang, sistem atau suatu perusahaan dalam menghasilkan sesuatu yang diinginkan dengan cara memanfaatkan sumber daya secara efektif dan juga efisien.

Possessing Utility: Kegunaan Kepemilikan

Perishable: Kerusakan

Perfect competition market: Pasar persaingan sempurna

Pola perdagangan (*pattern of trade*): Arah barang yang diperdagangkan antara dua negara.

Proteksi: Perlindungan (dalam perdagangan, industri, dan sebagainya).

Pasar: adalah tempat atau media dimana penjual dan pembeli saling berinteraksi untuk menentukan harga dan kuantitas suatu barang, jasa

dan asset. Beberapa jenis pasar memiliki bentuk fisik dan lokasi yang jelas, seperti pasar saham, pasar beras dan lain-lain. Sementara beberapa pasar yang lain hanya dilakukan melalui telpon atau computer seperti pasar tenaga kerja.

Q

R

Rasional: Masuk akal

Regulator: Pengatur

S

Siklus Produksi: Periode yang memuat rangkaian aktivitas bisnis atau kegiatan produksi (pembuatan produk barang atau jasa) yang terus terjadi berulang-ulang.

Slope: Kemiringan sebuah garis di dalam koordinat kartesius.

Suplly creates its own demand: Penawaran menciptakan sendiri permintaannya.

T

Teknologi: Keseluruhan sarana untuk menyediakan barang-barang yang diperlukan bagi kelangsungan dan kenyamanan hidup manusia

The Law of Diminishing Return: Hukum yang menyatakan bahwa ketika terdapat penambahan *input* yang digunakan dalam kegiatan produksi, maka nilai *marginal product* menurun dengan asumsi jumlah *input* lainnya tetap.

Total Produksi: Jumlah produk (*output*) yang dihasilkan dalam kegiatan produksi dengan menggunakan *input* sejumlah tertentu.

Time Utility: Kegunaan Waktu

Trade associations: Asosiasi Perdagangan

Tarif ad valorem: Pajak yang diukur sebagai persentase tetap dari harga barang.

Tarif spesifik: Pajak yang diukur sebagai sejumlah uang tetap per unit fisik barang.

Tarif gabungan (*compound tariff*): Suatu bea yang diukur sebagai kombinasi antara tarif ad valorem dan tarif spesifik.

U

Unit: Satu satuan.

V

Voluminous: Membutuhkan ruang yang luas atau besar.

VBM (*Values-Based Matrix*): Matriks berbasis nilai

W

X

Y

z

PROFIL PENULIS

Dr. Muhammad Asir, S.P., M.Si.



Penulis lahir di sebuah kampung atau kabupaten sebelah selatan Kota Makassar, tepatnya di Dusun Watu-watu, Desa Julupa'mai, Kecamatan Pallangga, Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan. Anak pertama dari 4 bersaudara pasangan H. Abd. Rasyid Dg.Tojeng dan Almarhumah Hj. Salmah Dg. Te'ne. Penulis seorang praktisi di Bidang Pertanian sejak tahun 1998, serta dosen di Politeknik Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Profesi Indonesia (LP3I) Makassar sejak tahun 2016. Dia menyelesaikan S1 Pertanian di Universitas Islam Makassar tahun 1997, S2 Agribisnis di Universitas Hasanuddin tahun 2011 dan S3 Sosial Ekonomi Pertanian di Universitas Hasanuddin tahun 2018. Sebelumnya telah menulis dan menerbitkan buku dengan judul: Rantai Pasok Kakao, Manajemen Perubahan, Sosiologi Kepariwisata, MSDM (Mencapai Kinerja Optimal), Pertanian Kehutanan & Kemakmuran Petani, Komunikasi Bisnis, Teori Ekonomi Makro, Manajemen Sumber Daya Manusia (Perspektif, Pengembangan & Perencanaan, dan Teori Ekonomi Makro. Penulis juga telah mempublikasi beberapa karya ilmiah hasil penelitian di Jurnal Internasional dan Nasional bereputasi/terakreditasi Scopus dan Sinta. Serta berperan aktif menciptakan dan membina pengusaha-pengusaha muda di bidang pertanian (Agribisnis). Profesi dosen sebagai bentuk partisipasi transfer ilmu dari pengalaman yang diperoleh sebagai seorang praktisi. Di kampus ini (Politeknik LP3I Makassar) setiap tahun memperoleh penghargaan kategori dosen berprestasi, di antaranya prestasi akademik, jabatan fungsional, penulis buku, peneliti, dan publikasi jurnal, dan akan terus berkontribusi mendidik calon entrepreneur dan tenaga kerja yang handal sesuai kebutuhan industri. Buku Ekonomi Pertanian ini diterbitkan dengan bahasa sederhana, mudah dipahami dan sangat bermanfaat untuk masyarakat umum, pelajar/ mahasiswa, akademisi/dosen, pelaku usaha, serta pengambil kebijakan/ pemerintah. Email; asir.polinias@gmail.com

Sandriana J Nendissa, S.Pi., M.P.



Penulis adalah staf pengajar pada Program Studi Teknologi Hasil Pertanian, Jurusan Teknologi Hasil Pertanian. Fakultas Pertanian, Universitas Pattimura, Ambon. Penulis menyelesaikan pendidikan Strata 1 pada Tahun 1998 di Program Studi Teknologi Hasil Perikanan, Fakultas Perikanan. Universitas Pattimura, Ambon. Gelar Magister Pertanian berhasil diraih pada tahun 2002 di Program Studi S2, Ilmu dan Teknologi Pangan. Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta. Penulis Menjadi Dosen di Fakultas Pertanian sejak Januari 2005 sampai sekarang, dan bergabung dengan organisasi PATPI (Perhimpunan Ahli Teknologi Pangan Indonesia), LAB (*Lactic Acid Bacteria*), PERMI (Perhimpunan Mikrobiologi Indonesia), MAI (Masyarakat Agroforestri Indonesia). Di saat menulis naskah ini, penulis adalah seorang mahasiswa yang sedang menempuh kuliah pada Sekolah Pascasarjana Program Doktorat, Jurusan Ilmu Pertanian. Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin, Makasar.

Prisca Nurmala Sari, S.E., M.Si.



Penulis merupakan seseorang dosen yang memiliki *homebase* mengajar di Politeknik Digital Boash Indonesia (PDBI), tepatnya di program studi Bisnis dan Manajemen Ritel. Fokus keahlian di bidang *Supply Chain Management*, *Marketing*, dan *Consumer Behavior*. Mata kuliah yang pernah diampu adalah Pengantar Makroekonomi, Pengantar Mikroekonomi, Pengantar Ekonomi, Ekonomi Manajerial, Statistika Bisnis, Metode Kuantitatif Bisnis, Pemasaran, Perilaku Konsumen, dan lainnya. Merupakan lulusan S1 Institut Pertanian Bogor (IPB) jurusan Agribisnis dan menyelesaikan studi master di Magister Sains Agribisnis Institut Pertanian Bogor (IPB). Memiliki pengalaman mengajar sebagai dosen sejak tahun 2016. Saat ini juga bergabung menjadi tutor di Universitas Terbuka. Aktif bergabung dalam beberapa organisasi, salah satunya PERHEPI (Perhimpunan Ekonomi Pertanian Indonesia).

Dr. Indriana, S.P., M.Si.



Penulis lahir di Manado 7 Februari 1985. Di kota ini penulis tinggal dan menyelesaikan Pendidikan dasar tahun 1996, pendidikan menengah pertama pada tahun 1999, Pendidikan menengah atas tahun 2002. Pada tahun 2006 menyelesaikan Pendidikan sarjana pada jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Sam Ratulangi dan di kampus yang sama menyelesaikan Pendidikan magister pascasarjana pada jurusan Agribisnis pada tahun 2013. Selanjutnya pada tahun 2021 menyelesaikan Pendidikan doktor prodi Agribisnis di Universitas Brawijaya. Mengawali karir sebagai dosen dimulai tahun 2009 di Universitas Ichsan Gorontalo pada program studi Agribisnis Fakultas Pertanian. Penulis juga aktif di beberapa bidang keorganisasian antara lain PERSEPSI, PERHEPI dan AAI.

Helin Garlinia Yudawisastra, S.E., M.Si.



Penulis merupakan dosen FEB Universitas Muhammadiyah Bandung. Menyelesaikan program S1 dan S2 di Jurusan Ekonomi dan Studi Pembangunan Universitas Padjadjaran. Saat ini adalah kandidat Doktor bidang *sustainability* pada Program Doktor Ilmu Manajemen Universitas Padjadjaran.

Dr. Zainal Abidin, S.P., M.Si.



Penulis lahir di Bone Sulawesi Selatan tanggal 19 November 1964. Saat ini merupakan Dosen Universitas Ichsan Gorontalo bidang Ilmu Pertanian konsentrasi Agribisnis Pertanian. Pendidikan formal Diploma 3 Ilmu Sosial, S1 Ilmu Sosial Unismuh Makassar, S1 Unhas sebagai bagian dari S3 Unhas, S1 Agribisnis Pertanian Univ. 45 Makassar, Magister Sains Agribisnis Unhas Makassar 2003 dan Pendidikan Doktor(S3) Ilmu-Ilmu Pertanian Unhas 2016. Telah mengikuti pelatihan pengembangan karier *Cosultant SMEs Nam Centre* Jakarta kerja sama RI dan Jepang,

Kewirausahaan Departemen Perindustrian, Pekerti, AA dan Metodologi Penelitian, menjadi pengurus BDS Indonesia, Peragi, Perhimpni, Asosiasi Dosen Indonesia dan anggota Perhepi Cabang Gorontalo. Intens berinteraksi dengan para akademisi di lingkungan LLDIKTI IX dan XVI. Pernah menulis buku Teori-Teori Sosial, Social Capital, Paradigma Usaha Tani Tanaman Ternak Terintegrasi Optimal, Kontruksi Teori, Hilirisasi Produk Pertanian Budidaya Cabai (DPTM), Teknologi Produksi Tanaman Sayuran dan Buah & Viotermin Solusi bagi Peternak (DPTM), Pengantar Ilmu Pertanian, Pengantar Teknologi Pertanian dan Kisah Perjalanan Meraih Doktor.

Dr. Ria Indriani, S.P., M.Si



Penulis lahir di Ujung Pandang 26 Mei 1975. Setelah menamatkan pendidikan dasar dan menengah di Ujung Pandang, penulis diterima di jurusan Sosial Ekonomi Fakultas Pertanian Universitas Hasanuddin (UNHAS), Makassar pada tahun 1994 dan tamat pada tahun 1999. Penulis melanjutkan ke pendidikan Magister Agribisnis di UNHAS pada

tahun 2005 dan tamat pada tahun 2007. Tahun 2015, penulis melanjutkan ke jenjang pendidikan S3 pada program studi Ilmu Pertanian Sekolah Pascasarjana UNHAS dan tamat pada tahun 2019. Aktif sebagai peneliti dan dosen tetap pada Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Negeri Gorontalo sejak 2008 sampai sekarang, dengan jabatan fungsional Lektor Kepala. Mata kuliah yang di ampuh antara lain: Ekonomi Produksi Pertanian, Ekonomi Pertanian, Ekonomi Mikro, Metode Statistika, Tataniaga Pertanian, Riset Operasi, Manajemen Rantai Pasok dan Prilaku Konsumen. Buku ajar/referensi yang telah ditulis adalah Tataniaga Pertanian (2011), Ringkasan Kumpulan Mazhab Teori Sosial (2016), dan Rantai Pasok. Aplikasi pada komoditas cabai rawit di Provinsi Gorontalo (2019). Beberapa artikel telah ditulisnya pada jurnal nasional, jurnal nasional akreditasi, prosiding nasional maupun prosiding internasional bereputasi serta jurnal internasional bereputasi terindeks Scopus. Peer reviewer pada Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Hasanuddin,

Jurnal Industria Universitas Brawijaya, Agercolere Universitas Ichsan Gorontalo dan Jurnal Jambura Agribisnis Universitas Negeri Gorontalo.

Anggita Tresliyana Suryana, S.P., M.Si.



Penulis lahir di Bogor pada tahun 1981. Menyelesaikan pendidikan S1 di Fakultas Pertanian IPB pada tahun 2003. Kemudian penulis langsung bekerja di Kementerian Pertanian, dan mendapatkan Beasiswa Badan Litbang Pertanian pada jenjang S2 Magister Sains Agribisnis IPB. Setelah lulus pada tahun 2014, setahun kemudian penulis diangkat menjadi peneliti Badan Litbang Pertanian. Pada tahun 2016 penulis diangkat menjadi pejabat struktural hingga tahun 2019. Sejak tahun 2019 penulis melanjutkan studi Program Doktor pada program studi Ilmu Ekonomi Pertanian IPB melalui Beasiswa Badan Litbang Pertanian, Kementerian Pertanian. Pada tahun 2022 penulis menjadi peneliti pada Badan Riset dan Inovasi Nasional. Penulis aktif melakukan berbagai penelitian yang terkait dengan sosial ekonomi pertanian, dan telah menerbitkan berbagai tulisan terkait perdagangan, agribisnis, dan ekonomi pertanian di Jurnal Ilmiah dan Prosiding, maupun Buku. Artikel yang berhubungan dengan perdagangan internasional diantaranya: Analisis Perdagangan Kakao Indonesia di Pasar Internasional; Daya Saing Kakao Indonesia di Pasar Internasional; dan Analisis Ekspor Kakao Indonesia ke Pasar Amerika Serikat dan Malaysia. Penulis dapat dihubungi melalui email: *tresliyana@gmail.com*

Wahyu Setya Ratri, S.P., M.P



Penulis lahir di Yogyakarta tahun 1977, sekarang tinggal di Klaten, serta mempunyai anak 2. Menyelesaikan pendidikan di Institut Pertanian STIPER Yogyakarta (S1) dan Universitas Gajah Mada (S2). Saat ini penulis bekerja sebagai staf pengajar di Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa di Fakultas Pertanian Prodi Agribisnis, setelah sebelumnya bekerja di Global Jaya School di Tangerang. Beberapa tulisan diterbitkan di

berbagai jurnal bereputasi antara lain Agros, Dinamesia, dan jurnal internasional Asian Journal Plant Science tahun 2021 dengan judul *Response of Vegetable Soybean (Glycin max L. Merr.) Plant by Application of Integrated Fertilizers in Volcanic Soil*. Mendapatkan penghargaan dari berbagai lomba ilmiah antara lain Anugerah Inovasi dan Penelitian, Karya Anak Bangsa, dan pernah dinobatkan sebagai salah satu inovator terbaik di Indonesia dalam ajang pemilihan 110 Inovator yang diselenggarakan LIPI tahun 2019. Bidang yang diminati adalah Bioteknologi Pertanian, Bioteknologi Pangan, dan Mikro Ekonomi.

Rahmah Farahdita Soeyatno, S.P, M.Si



Penulis lahir di Jakarta, 23 November. Penulis telah memperoleh gelar Sarjana Pertanian (S.P) dari Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta (2010). Kemudian penulis mendapatkan Beasiswa Unggulan BPKLN (Biro Perjalanan Kerja sama Luar Negeri) Dikti untuk melanjutkan pendidikan S2 dan lulus di Magister Sains Agribisnis, Institut Pertanian Bogor (2013) dengan gelar Master Sains (M.Si). Penulis bekerja sebagai Dosen Tetap di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang sejak 2016. Selain itu, penulis merupakan Dosen Tidak Tetap pada Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta dan Konsultan di BAPPEBTI (Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi) RI semenjak tahun 2017. Saat ini penulis sedang menempuh pendidikan Doktorat pada Ilmu Ekonomi Pertanian dengan Konsentrasi Agribisnis, Institut Pertanian Bogor 2019 melalui Beasiswa Unggulan Dosen Indonesia Dalam Negeri (BUDI-DN) LPDP Kementerian Keuangan Republik Indonesia. Sebelumnya penulis sudah menerbitkan dua buku kolaborasi yang berjudul *Kewirausahaan Dasar* (2021) dan *Ekonomi Pembangunan* (2022) melalui kerja sama dengan pihak Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung. Penulis dapat dihubungi melalui email: rahmahfarahditasoe@gmail.com

Nurdiana, S.P., M.Si.



Penulis lahir di Kabupaten Bone, 24 Maret 1982. SD hingga SMA beliau selesaikan di kota kelahirannya yaitu Kabupaten Bone. Beliau lulus S1 di Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Kehutanan, Universitas Hasanuddin Tahun 2006, kemudian melanjutkan studi S2 pada Program Studi Agribisnis Program Pascasarjana, Universitas Hasanuddin dan lulus pada Tahun 2011. Sekarang ini penulis merupakan Dosen Tetap Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar. Selain itu, juga menjadi Dosen Luar Biasa di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pembangunan Indonesia (STIE PI). Sebagai peneliti, telah menghasilkan beberapa artikel penelitian, yang terbit pada jurnal dan prosiding, baik yang berskala nasional maupun internasional. Sebagai dosen, telah menghasilkan beberapa buku, baik yang berupa buku ajar maupun buku referensi. Selain itu telah memiliki hak kekayaan intelektual berupa hak cipta. Penulis aktif berorganisasi sehingga saat ini juga merupakan anggota dari beberapa organisasi profesi dan keilmuan. Email Penulis: diana@unm.ac.id

Ir. Arief Rahman Hakim, M.Si.



Penulis lahir di Sukoharjo, Jawa Tengah pada tanggal 6 Mei 1966. Saat ini menjabat sebagai Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas PGRI Palangka Raya. Menamatkan pendidikan dasar sampai Menengah di Sukoharjo lalu melanjutkan pendidikan Sarjana (strata 1) pada Jurusan Ilmu Tanah Fakultas Pertanian Universitas Gadjah Mada. Pendidikan Magister (strata 2) ditempuh di Program Magister Ekonomika Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada. Saat ini sedang melakukan penelitian tentang tataniaga karet rakyat dan penyerapan Tenaga kerja.

Wanda Kristini, S.P.



Penulis dilahirkan di Desa Maruga, Kabupaten Barito Selatan, Provinsi Kalimantan Tengah pada tanggal 13 Maret 1999 sebagai anak pertama kembar bersaudara dari pasangan bapak Tismas dan ibu Uriani. Pada tahun 2017 Penulis diterima sebagai mahasiswa program sarjana (S-1) di Program Studi Manajemen Sumberdaya Lahan, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor melalui Program Beasiswa Utusan Daerah (BUD) PT. Adaro Indonesia. Pada awal tahun 2022, Penulis telah lulus dengan memperoleh gelar Sarjana Pertanian. Penulis juga pernah menjadi presenter pada acara *International Conference "The 2nd International Seminar on Natural Resources and Environmental Management 2021"*. Saat ini penulis sebagai Asisten Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas PGRI Palangka Raya. Serta aktif sebagai salah satu staff untuk project di Lembaga Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat (eLPaM).

EKONOMI PERTANIAN

Usaha yang dilakukan oleh manusia untuk memenuhi kebutuhannya salah satunya ialah dengan melakukan kegiatan dibidang pertanian. Bidang pertanian merupakan kebutuhan primer dalam hidup manusia. Sektor pertanian tidak bisa terlepas dari kebutuhan sehari-hari. Kita tahu bahwa kebutuhan manusia itu tidak terbatas sehingga dalam ilmu pertanian perlu menggunakan penghitungan dengan ilmu ekonomi. Awal munculnya ilmu ini ketika ilmu pertanian dalam penerapannya menggunakan ilmu ekonomi. Ekonomi pertanian adalah ilmu sosial (kemasyarakatan) yang penting ditinjau dari kemanfaatannya, area disiplinnya dan hubungannya dengan disiplin ilmu lainnya. Masalah ekonomi pertanian yang pokok bersumber pada kebutuhan manusia yang tidak terbatas akan produk-produk pertanian, sedangkan sumber daya (faktor produksi) pertanian yang digunakan untuk menghasilkan produk-produk pertanian tersebut bersifat terbatas (langka). Ilmu pertanian dalam penerapannya membutuhkan disiplin ilmu yang lain. Pada dasarnya apabila hanya menggunakan ilmu pertanian maka tidak dapat menentukan seberapa banyak kebutuhan bahan makanan yang harus dipenuhi dari bidang pertanian, maka harus ada disiplin ilmu yang lain. Salah satu disiplin ilmu yang dibutuhkan oleh berbagai bidang ialah ilmu ekonomi. Ilmu ekonomi kaitannya dengan ilmu pertanian dengan berbagai jenis prinsip dasar ekonomi yang digunakan dalam ilmu pertanian. Tujuan utama dari berbagai pendekatan teori ekonomi untuk bidang pertanian adalah meningkatkan peranan pertanian dalam pembangunan perekonomian suatu negara. Ilmu ini sangat penting apalagi untuk negara yang pendapatan utama negara masih bergantung pada sektor pertanian. Penghitungan yang tepat akan membuat penggunaan dan pemanfaatan sektor ekonomi dengan baik sehingga dapat meningkatkan perekonomian negara. Ruang lingkup ekonomi pertanian ini tentu gabungan dari ilmu ekonomi dan ilmu pertanian. Perpaduan dua disiplin ilmu sehingga ilmu yang dimiliki dapat diterapkan dengan baik dalam kehidupan sehari-hari terutama bagi para ahli dibidangnya.



Penerbit
widina
www.penerbitwidina.com

ISBN 978-623-459-212-2



9 786234 592122