

EKONOMI PERTANIAN

Penulis :

Andika Pambudi, S.P., M.Si

Sari Anggarawati

Dr. Mumuh Mulyana, SE., MM., MSi.

Dr. Ismiasih, S,TP., M.Sc.

Yusmia Widiastuti, SP, MM

Vela Rostwentivaivi, S.E., M.Si

Dr. Ivonne Ayesha, S.P., M.P

Dyah Budibruri Wibaningwati

Dr. Sri Jumiwati, S.P., M.Si

EKONOMI PERTANIAN

Andika Pambudi, S.P., M.Si

Sari Anggarawati

Dr. Mumuh Mulyana, SE., MM., MSi.

Dr. Ismiasih, S,TP., M.Sc.

Yusmia Widiastuti, SP, MM

Vela Rostwentivaivi, S.E., M.Si

Dr. Ivonne Ayesha, S.P., M.P

Dyah Budibruri Wibaningwati

Dr. Sri Jumiwati, S.P., M.Si



PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI

EKONOMI PERTANIAN

Penulis :

Andika Pambudi, S.P., M.Si
Sari Anggarawati
Dr. Mumuh Mulyana, SE., MM., MSi.
Dr. Ismiasih, S,TP., M.Sc
Yusmia Widiastuti, SP, MM
Vela Rostwentivaivi, S.E., M.Si
Dr. Ivonne Ayesha, S.P., M.P
Dyah Budibruri Wibaningwati
Dr. Sri Jumiyati, S.P., M.Si

ISBN : 978-623-5383-41-5

Editor : Mila Sari, M.Si

Penyunting : Tri Putri Wahyuni, S.Pd

Desain Sampul dan Tata Letak : Handri Maika Saputra, S.ST

Penerbit : PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI

Anggota IKAPI No. 033/SBA/2022

Redaksi :

Jl. Pasir Sebelah No. 30 RT 002 RW 001
Kelurahan Pasie Nan Tigo Kecamatan Koto Tengah
Padang Sumatera Barat
Website : www.globaleksekuatifteknologi.co.id
Email : globaleksekuatifteknologi@gmail.com

Cetakan pertama, Juni 2022

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk
dan dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji selalu Kami panjatkan kepada Allah SWT atas Ridho-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan buku berjudul “Ekonomi Pertanian”. Keberhasilan buku ini tentu tidak akan terwujud tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada berbagai pihak yang selalu mendukung dan memberikan do’a terbaik dalam penerbitan buku ini.

Buku ini tidak luput dari kekurangan dan kesalahan. Jika pembaca menemukan kesalahan apapun, penulis mohon maaf setulusnya. Selalu ada kesempatan untuk memperbaiki setiap kesalahan, karena itu, dukungan berupa kritik & saran akan selalu penulis terima dengan tangan terbuka.

Padang, Juni 2022
Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|---|----|
| KATA PENGANTAR..... | i |
| DAFTAR ISI..... | ii |
| DAFTAR GAMBAR..... | v |
| DAFTAR TABEL | vi |
| BAB 1 ARTI DAN RUANG LINGKUP ILMU EKONOMI..... | 1 |
| 1.1 Arti Ilmu Ekonomi..... | 1 |
| 1.2 Ruang Lingkup Ilmu Ekonomi..... | 3 |
| 1.2.1 Kelangkaan, Pilihan, dan Biaya | 3 |
| 1.2.2 Mikroekonomi dan Makroekonomi | 5 |
| 1.2.3 Statis dan Dinamis | 7 |
| 1.2.4 Positif dan Normatif..... | 7 |
| 1.2.5 Ilmu Ekonomi dan Ilmu Ekonomi Pertanian | 9 |
| 1.3 Para Pelaku Ekonomi | 10 |
| 1.3.1 Rumah Tangga | 10 |
| 1.3.2 Perusahaan..... | 11 |
| 1.3.3 Pemerintah..... | 11 |
| 1.3.4 Interaksi Rumah Tangga dan Perusahaan..... | 12 |
| 1.4 Peran Model, Teori, dan Data Ekonomi | 13 |
| 1.4.1 Model Ekonomi..... | 13 |
| 1.4.2 Teori Ekonomi | 16 |
| 1.4.3 Data Ekonomi..... | 17 |
| 1.4.4 Analisis Marginal..... | 18 |
| BAB 2 SUMBERDAYA PERTANIAN..... | 20 |
| 2.1 Pendahuluan..... | 20 |
| 2.2 Sumberdaya Alam | 22 |
| 2.2.1. Pengertian Sumberdaya Alam..... | 22 |
| 2.2.2. Klasifikasi Sumberdaya Alam | 22 |
| 2.2.3. Sumberdaya Alam dalam Pertanian | 25 |
| 2.3. Sumberdaya Manusia..... | 29 |
| 2.3.1 Pengertian Sumberdaya Manusia..... | 31 |
| 2.3.2. Klasifikasi Tenaga Kerja..... | 31 |
| 2.3.3. Sumberdaya Manusia dalam Pertanian..... | 32 |
| 2.4. Sumberdaya Modal..... | 34 |
| 2.4.1. Pengertian Sumberdaya Modal | 34 |

| | |
|---|-----|
| 2.4.2. Klasifikasi Sumberdaya Modal..... | 35 |
| 2.4.3. Sumberdaya Modal dalam Pertanian | 37 |
| 2.5. Manajemen..... | 38 |
| 2.5.1. Pengertian Sumberdaya Manajemen | 39 |
| 2.5.2. Sumberdaya Manajemen dalam Pertanian | 39 |
| BAB 3 KELEMBAGAAN PERTANIAN | 43 |
| 3.1 Pendahuluan..... | 43 |
| 3.2 Definisi Kelembagaan Pertanian | 43 |
| 3.3 Unsur-unsur Kelembagaan Pertanian..... | 44 |
| 3.4 Macam-macam Kelembagaan Pertanian | 45 |
| 3.5 Peran Penting Kelembagaan Pertanian | 47 |
| 3.6 Permasalahan Kelembagaan Pertanian..... | 49 |
| 3.7 Upaya Penguatan Kelembagaan Pertanian | 51 |
| BAB 4 TEORI PRODUKSI PERTANIAN..... | 55 |
| 4.1 Pendahuluan..... | 55 |
| 4.2 Konsep Produksi..... | 58 |
| 4.2.1. Teori Produksi..... | 58 |
| 4.2.2. Produk Marginal..... | 64 |
| BAB 5 BIAYA PRODUKSI PERTANIAN..... | 67 |
| 5.1 Definisi Biaya Produksi | 67 |
| 5.2 Jenis Biaya Produksi..... | 68 |
| 5.2.1 Biaya Tetap Total (Total Fixed Cost) | 68 |
| 5.2.2 Biaya Variabel Total (<i>Total Variable Cost</i>) | 71 |
| 5.2.3 Biaya Total (<i>Total Cost</i>)..... | 73 |
| 5.2.6 Biaya Total Rata-Rata (<i>Average Total Cost</i>) | 77 |
| 5.2.7 Biaya Marginal (<i>Marginal Cost</i>) | 78 |
| 5.3 Latihan Soal..... | 79 |
| BAB 6 PEMASARAN KOMODITAS PERTANIAN..... | 82 |
| 6.1 Pendahuluan..... | 82 |
| 6.2 Pemasaran Pertanian | 83 |
| 6.3 <i>Supply Chain</i> Produk Pertanian..... | 97 |
| 6.4 <i>Value Chain</i> Produk Pertanian..... | 98 |
| 6.5 Nilai Tambah (<i>Value Added</i>) Produk Pertanian | 100 |
| 6.6 <i>Electronic Commerce</i> | 103 |
| BAB 7 PASAR..... | 110 |

| | |
|---|------------|
| 7.1 Pengertian Pasar | 110 |
| 7.2 Struktur Pasar..... | 112 |
| 7.2.1 Pasar Persaingan Sempurna (<i>Free Market Competition</i>)..... | 112 |
| 7.2.2 Pasar Monopoli..... | 115 |
| 7.2.3 Pasar Monopolistik..... | 118 |
| 7.2.4 Pasar Oligopoli | 121 |
| 7.3 Pasar Faktor Produksi | 122 |
| 7.3.1 Pasar Faktor Produksi Tanah/Alam | 123 |
| 7.3.2 Pasar Faktor Produksi Tenaga Kerja | 124 |
| 7.3.3 Pasar Faktor Produksi Modal | 125 |
| 7.3.4. Pasar Faktor Produksi Kewirausahaan/Keahlian | 126 |
| BAB 8 PERDAGANGAN INTERNASIONAL..... | 128 |
| 8.1 Pendahuluan..... | 128 |
| 8.2 Dasar Teori Perdagangan Internasional | 128 |
| 8.2.1 Teori Keunggulan Mutlak | 129 |
| 8.2.2 Teori Keunggulan Komparatif..... | 129 |
| 8.3 Manfaat Perdagangan Internasional | 130 |
| 8.4 Faktor Pendorong Perdagangan Internasional | 132 |
| 8.5 Kebijakan Perdagangan Internasional | 132 |
| 8.5.1 Kebijakan ekspor | 133 |
| 8.5.2 Kebijakan impor | 136 |
| BAB 9 PROGRAM-PROGRAM PERTANIAN | 140 |
| 9.1 Indikator Makro Pertanian..... | 140 |
| 9.2 Program Peningkatan Produksi Pertanian..... | 143 |
| 9.3 Peningkatan Ekspor Pertanian | 144 |
| 9.4 Penurunan Kehilangan Hasil Pertanian..... | 146 |
| 9.5 Peningkatan Wirausaha Pertanian Muda..... | 146 |
| BIODATA PENULIS | |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|-----|
| Gambar 1. Bagaimana Model Ekonomi Bekerja..... | 14 |
| Gambar 2. Sumberdaya Pertanian..... | 21 |
| Gambar 3. <i>Integrated Farm Management</i> | 40 |
| Gambar 4. Grafik hubungan antara faktor produksi dengan jumlah | 62 |
| Gambar 5. Kurva Biaya Tetap Total | 70 |
| Gambar 6. Kurva Biaya Variabel Total | 72 |
| Gambar 7. Kurva TC, TFC, TVC..... | 75 |
| Gambar 8. Kurva Biaya Tetap Rata-rata..... | 76 |
| Gambar 9. Contoh Promosi Produk Pertanian | 85 |
| Gambar 10. Produk Olahan Kedelai..... | 86 |
| Gambar 11. Proses Pembuatan Tahu (Pengrajin Tahu Jojoh di Kabupaten Garut)..... | 87 |
| Gambar 12. Paradigma SCP | 93 |
| Gambar 13. Subsistem Agribisnis..... | 95 |
| Gambar 14. Pemasaran Kapulaga Segar..... | 96 |
| Gambar 15. Rantai Pasok (<i>Supply Chain</i>) aliran informasi dan aliran produk Akar Wangi di Kabupaten Garut | 97 |
| Gambar 16. Rantai Nilai Porter | 98 |
| Gambar 17. Pohon Industri Produk Olahan Kapulaga | 101 |
| Gambar 18. Produk Olahan Kapulaga (<i>Essential Oil</i>) | 101 |
| Gambar 19. <i>Website Agromaret</i> | 104 |
| Gambar 20. <i>Website igrow</i> | 105 |
| Gambar 21. Macam-macam Faktor Produksi..... | 123 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|-----|
| Tabel 1. Jumlah Tenaga Kerja yang Bekerja di 10 Besar Lapangan Pekerjaan Utama Tahun 2020 – 2021 | 29 |
| Tabel 2. Tenaga Kerja Sektor Pertanian Berdasarkan Jenjang Pendidikan | 33 |
| Tabel 3. Biaya Tetap Total | 69 |
| Tabel 4. Biaya Total..... | 73 |
| Tabel 5. Biaya Tetap Rata-Rata, Biaya Variabel Rata-Rata, dan Biaya Total Rata-Rata | 77 |
| Tabel 6. Nilai Tambah Gula Aren dan Nira Aren | 102 |
| Tabel 7. Gambaran Teori Keunggulan Mutlak | 122 |

BAB 1

ARTI DAN RUANG LINGKUP

ILMU EKONOMI

Oleh Andika Pambudi, S.P., M.Si

1.1 Arti Ilmu Ekonomi

Ilmu Ekonomi termasuk bagian dari subjek ilmu sosial yang cukup penting dan menarik bagi banyak pihak, salah satunya adalah pelaku di sektor pertanian. Ilmu ekonomi dapat dikatakan sebagai suatu studi pengambilan keputusan setiap individu pada segala aspek dalam kehidupannya. Banyak peristiwa yang memiliki dampak luas memengaruhi kehidupan manusia dapat dipahami dengan mempelajari ilmu ekonomi. Beberapa masalah kehidupan praktis sehari-hari juga dapat dibicarakan menggunakan kerangka pengetahuan ilmu ekonomi. Teori-teori di dalam ilmu ekonomi seringkali dapat dimanfaatkan untuk menganalisis serta mengatasi permasalahan-permasalahan di sekitar kita yang kompleks dan selalu berubah.

Ada anggapan bahwa ilmu ekonomi merupakan titik pusat dari segala ilmu sosial. Ilmu ekonomi memang berdekatan dan sering bertumpang tindih dengan apa yang dipelajari di bidang-bidang ilmu sosial lainnya, seperti ilmu politik, psikologi, antropologi, sosiologi, dan sejarah. Misalkan, pada suatu wilayah yang termasuk miskin namun terdapat banyak sumber daya alam melimpah yang tidak termanfaatkan, hal ini jika dipandang dari sisi antropologi dan budaya mungkin saja terjadi karena bertentangan dengan adat istiadat setempat. Contoh lain, seringkali pada suatu negara krisis politik terjadi bersamaan di waktu yang sama dengan krisis ekonomi.

Ekonomi asal katanya berasal dari bahasa Yunani yaitu *oikonomos* yang memiliki makna "seseorang yang mengelola suatu

rumah tangga”. Faktanya suatu rumah tangga dan perekonomian mempunyai banyak kemiripan. Setiap rumah tangga pasti menghadapi banyak keputusan yang harus dipilih, seperti keputusan siapa yang mengerjakan pekerjaan-pekerjaan rumah tangga? Rumah tangga juga perlu mengalokasikan sumberdayanya yang terbatas, seperti waktu dan pendapatan, diantara anggota-anggota keluarganya sesuai dengan kebutuhannya masing-masing. Sama halnya dengan rumah tangga, perekonomian juga menghadapi banyak pilihan, seperti apakah sumberdaya yang ada perlu dialokasikan ke sektor pertanian atau manufaktur? Bagaimana barang dan jasa yang diproduksi dialokasikan kepada masyarakat?

Alfred Marshall (1842 – 1924) dalam bukunya *Principle of Economics* (1890) mendefinisikan ilmu ekonomi sebagai “studi mengenai manusia dalam kehidupan sehari-hari”. Sehingga, jika manusia tidak pernah memahami ilmu ekonomi, ada kemungkinan akan menjumpai banyak kesulitan dalam menangani permasalahan-permasalahan di kehidupannya sehari-hari. Menyadur pada beberapa referensi *textbook* mengenai pengantar ilmu ekonomi, seperti Mankiw (2021), Nicholson & Snyder (2010), Samuelson & Nordhaus (2010), Lipsey *et al* (1995), dan Case *et al* (2020), ilmu ekonomi secara ringkas didefinisikan sebagai suatu studi bagaimana pengalokasian dan penggunaan sumberdaya yang langka untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan suatu individu atau masyarakat. Individu yang merupakan objek perhatian dalam ilmu ekonomi dapat merupakan seorang konsumen, seorang produsen, atau bahkan seluruh konsumen dan produsen yang ada di dalam suatu perekonomian. Mereka ini dapat juga disebut sebagai pelaku ekonomi.

Ilmu ekonomi utamanya digunakan untuk menganalisis perilaku produksi dan konsumsi barang atau jasa pada sebuah perekonomian. Selain hal tersebut, isu-isu yang selalu menjadi perhatian masyarakat seperti inflasi, pengangguran, eksternalitas, kelangkaan energi, perpajakan, impor, dan ekspor juga termasuk topik-topik yang dipelajari di dalam ilmu ekonomi. Menurut Samuelson & Nordhaus (2010), ilmu ekonomi merupakan ilmu

yang lebih penting bagi negara-negara berkembang dibandingkan untuk negara maju, karena pada negara berkembang permasalahan seperti misalokasi sumberdaya antara sektor pertanian dan manufaktur masih sering terjadi.

1.2 Ruang Lingkup Ilmu Ekonomi

1.2.1 Kelangkaan, Pilihan, dan Biaya

Hampir semua barang dan jasa, serta input-input yang digunakan untuk memproduksi barang dan jasa tersedia dalam jumlah yang terbatas. Bahkan sumberdaya terbarukan pun ketersediannya terbatas pada periode waktu tertentu. Di sisi yang lain, keinginan atau kebutuhan seseorang seringkali tampak tidak terbatas. Hal inilah yang menimbulkan suatu fenomena kelangkaan (*scarcity*) yang dihadapi oleh semua pelaku ekonomi. Sumberdaya yang tersedia di dunia tidak akan cukup untuk menghasilkan segala sesuatu yang dibutuhkan manusia. Kelangkaan akan selalu tetap ada dan terus berlanjut. Kelangkaan merupakan pusat permasalahan ekonomi. Jika tidak ada kelangkaan, maka semua individu pelaku ekonomi tidak akan peduli dan perhatian terhadap alokasi dan penggunaan sumberdaya.

Alokasi sumberdaya dalam perekonomian banyak kaitannya dengan bagaimana memilih yang terbaik dari berbagai alternatif penggunaan yang tersedia. Konsekuensi dari adanya kelangkaan sumberdaya adalah semua pelaku ekonomi dihadapi oleh berbagai alternatif, maka setiap pelaku ekonomi harus melakukan pilihan untuk memperoleh apa yang dibutuhkan atau diinginkan secara maksimal. Sebagai contoh, bagaimana mengalokasikan lahan untuk memenuhi kebutuhan perkebunan kelapa sawit atau kawasan hutan. Contoh lainnya bagaimana mengalokasikan waktu yang terbatas untuk belajar atau bermain. Ilmu ekonomi menyediakan berbagai metode analisis yang dapat membantu dalam memilih yang terbaik dari berbagai alternatif pilihan yang ada.

Ketika masyarakat dihadapkan pada pilihan, secara tidak langsung masyarakat juga dibebankan adanya biaya. Keputusan untuk memiliki sesuatu lebih banyak memerlukan keputusan untuk memiliki sesuatu yang lain lebih sedikit. Hal inilah yang dapat dianggap sebagai biaya dari memiliki sesuatu lebih banyak. Oleh karena itu, proses pengambilan keputusan dari berbagai pilihan menyiratkan adanya biaya. Para ahli ekonomi seringkali menyebut biaya ini sebagai biaya peluang atau *opportunity cost* (Lipsey *et al*, 1995).

Kelangkaan dan pilihan adalah dua faktor penting yang perlu ada agar suatu masalah dapat dikatakan sebagai permasalahan ekonomi. Jika terdapat kelangkaan tetapi tidak ada pilihan, maka itu bukan merupakan permasalahan ekonomi. Sebaliknya, jika terdapat pilihan namun tidak ada kelangkaan maka ilmu ekonomi menjadi tidak dibutuhkan untuk dipelajari.

Berkaitan dengan isu kelangkaan dan pilihan, pada sektor pertanian terdapat tiga permasalahan ekonomi paling mendasar dan saling terkait yang perlu untuk dipahami dan dijawab oleh para pelaku ekonomi di sektor ini, yaitu sebagai berikut:

1. Komoditas *apa* yang harus diproduksi? *Berapa* jumlah produksinya? Serta *kapan* waktu yang tepat untuk memproduksinya?
2. *Bagaimana* komoditas harus diproduksi? Dilakukan oleh siapa, dengan menggunakan kombinasi faktor-faktor produksi apa saja, serta dengan teknik produksi seperti apa, padat modal atau padat karya? Bagaimana peran negara dan swasta dalam proses produksi ini?
3. *Bagi siapa* komoditas yang diproduksi ditujukan? Siapa yang menikmati dan memperoleh manfaat dari adanya komoditas tersebut? Berapa banyak yang harus dikonsumsi?

Ilmu ekonomi pertanian berusaha untuk menjawab dan memecahkan pertanyaan-pertanyaan tersebut agar sumberdaya yang tersedia dapat dimanfaatkan secara optimal untuk memaksimalkan kebutuhan para pelaku ekonomi yaitu produsen maupun konsumen.

1.2.2 Mikroekonomi dan Makroekonomi

Ilmu ekonomi dapat dilihat dari berbagai perspektif yang berbeda. Secara umum, ilmu ekonomi dapat dibagi menjadi dua kategori besar, yaitu mikroekonomi dan makroekonomi

Ilmu mikroekonomi adalah suatu studi yang memperhatikan dan menganalisis perilaku individu-individu pelaku ekonomi yang kecil, seperti suatu perusahaan, rumah tangga konsumen, serta bagaimana hubungan dan interaksi antar individu tersebut di pasar (Nicholson & Snyder, 2010). Topik-topik yang menjadi subjek mikroekonomi diantaranya adalah perilaku produsen dan konsumen, mekanisme pasar untuk komoditas tertentu, serta hubungan antara pasar-pasar. Dalam mempelajari subjek ekonomi pertanian sebagian besar bahasannya akan terkait pada area mikroekonomi, meskipun area makroekonomi juga dapat terlibat di dalamnya terutama bagaimana peran sektor pertanian dalam memengaruhi perekonomian secara keseluruhan.

Sebagai contoh aplikasi ilmu mikroekonomi pada sektor pertanian adalah bagaimana memahami penentuan harga dan jumlah pada komoditas pertanian tertentu. Memahami bagaimana mekanisme pasar bekerja dan memahami sifat permintaan suatu produk dapat membantu para produsen dalam menentukan pilihan-pilihan dengan lebih baik, seperti apa yang harus diproduksi, berapa banyak jumlah yang perlu diproduksi, dan berapa banyak tenaga kerja yang dibutuhkan. Selain itu, mikroekonomi juga berusaha memahami mengapa harga beberapa komoditas naik sementara yang lain turun.

Contoh lain aplikasi ilmu mikroekonomi yaitu bagaimana memahami konsep „biaya peluang (*opportunity cost*)“. Biaya peluang adalah biaya dari menggunakan sumberdaya bagi tujuan tertentu. Biaya ini diukur dengan manfaat yang dikorbankan karena tidak menggunakan untuk tujuan lain. Dengan memahami pentingnya konsep biaya ini akan membantu pelaku ekonomi dalam mengevaluasi berbagai pilihan keputusannya.

Ilmu mikroekonomi juga dapat digunakan dalam mengevaluasi berbagai kebijakan pemerintah. Ilmu mikroekonomi

dapat melihat apakah undang-undang atau peraturan tertentu dapat memberikan manfaat bagi masyarakat atau malah akan mengurangi kesejahteraan. Para ahli ekonomi dapat mengukur dampak berbagai kebijakan pemerintah terhadap konsumen, tenaga kerja, dan perusahaan. Hasil dari pengukuran ini dapat digunakan untuk menentukan apakah perlu melanjutkan atau mengubah suatu kebijakan pemerintah.

Sementara itu, ilmu makroekonomi memiliki ruang lingkup studi yang lebih luas yaitu memperhatikan perekonomian secara keseluruhan (Mankiw, 2022). Masalah-masalah seperti inflasi, resesi, pengangguran merupakan permasalahan yang diperhatikan di dalam makroekonomi. Ilmu makroekonomi berusaha menjawab pertanyaan-pertanyaan seperti berikut: mengapa sebagian negara mengalami pertumbuhan ekonomi yang cepat sedangkan ada negara yang selalu berada dalam kemiskinan? Mengapa sebagian negara mengalami tingkat inflasi yang tinggi sedangkan negara lain dapat mengendalikan harga yang stabil? Mengapa semua negara bersama-sama mengalami resesi ekonomi pada periode-periode tertentu?

Isu-isu pada area makroekonomi seringkali memainkan peranan penting dalam perdebatan politik. Kinerja suatu pemerintah dapat juga dilihat dari kinerja perekonomiannya, karena kebijakan-kebijakan pemerintah akan sangat memengaruhi perekonomian suatu negara. Sebagai akibatnya, popularitas suatu pemerintah akan meningkat jika perekonomian negara berjalan dengan baik dan akan menurun bila terjadi sebaliknya.

Jika dapat dianalogikan, studi makroekonomi seperti melihat suatu hutan secara keseluruhan, sedangkan mikroekonomi seperti melihat satu unit pohon di hutan tersebut. Dua bidang ini meskipun berlainan dalam cara pandangnya tetapi saling melengkapi untuk mengamati ekonomi, bukan persaingan. Keduanya tetap dibutuhkan dalam pemahaman yang lengkap mengenai ekonomi.

1.2.3 Statis dan Dinamis

Debertin (2012) dan Doll & Orazem (1984) menyatakan bahwa dalam mempelajari ilmu ekonomi kita dapat mengklasifikasikan menjadi dua, yaitu statis dan dinamis. Dalam konteks statis, fenomena-fenomena ekonomi dipelajari tanpa referensi waktu atau tidak ada kaitannya dengan waktu (*timeless*). Hubungan antar variabel di dalam konteks statis, seringkali sudah dapat dipastikan, misalkan penggunaan 50 kg pupuk dapat meningkatkan hasil panen jagung sebanyak 100 kg, tidak kurang tidak lebih. Namun demikian, ketidakpastian (*uncertainty*) juga dapat terkandung di dalam konteks statis. Sebagai contoh, suatu lemparan koin–yang tidak terikat dengan waktu–memiliki hasil yang tidak pasti.

Sementara itu, studi ekonomi secara dinamis akan selalu dipengaruhi oleh perbedaan waktu. Fenomena-fenomena ekonomi saat ini seringkali terkait dengan kejadian-kejadian di masa lalu atau akan berdampak kepada kejadian di masa depan. Setiap ekonom sepakat bahwa kebijakan publik dan peristiwa-peristiwa lain dapat memengaruhi perekonomian pada horizon waktu yang berbeda.

Studi ekonomi secara dinamis akan melihat kemungkinan adanya perubahan dalam hubungan antar variabel seiring waktu berjalan. Mempelajari tren perkembangan indikator-indikator ekonomi meruapakan contoh dari studi dinamis ini. Studi dinamis seringkali terkait dengan masalah ketidakpastian yang terjadi sepanjang waktu. Sebagai contoh, penggunaan 10 kg pupuk belum tentu akan meningkatkan produksi jagung sebanyak 100 kg, namun hasilnya akan selalu tergantung pada faktor-faktor yang ada selama musim tanam jagung tersebut seperti cuaca, iklim, hama, kondisi tanah, dan sebagainya.

1.2.4 Positif dan Normatif

Dalam memandang suatu fenomena ekonomi salah satu hal pokok yang perlu untuk dapat dibedakan dan dipisahkan adalah antara pertimbangan nilai dan pernyataan faktual. Oleh karena itu

cara memandang ilmu ekonomi dapat dibedakan menjadi dua klasifikasi, yaitu pandangan positif ekonomi dan pandangan normatif ekonomi.

Ilmu ekonomi positif hanya menjelaskan dan mendeskripsikan „apa yang terjadi“ tanpa dihubungkan dengan „bagaimana seharusnya“. Pembahasan dalam ekonomi positif terbatas pada deskripsi mengenai fakta, situasi, dan hubungan yang terjadi dalam ekonomi. Misalnya berapa harga komoditas beras pada hari ini? Bagaimana harga pupuk yang tinggi dapat memengaruhi tingkat kesejahteraan petani? Bagaimana proses subsidi bahan bakar dapat memengaruhi konsumsi bahan bakar tersebut? Contoh-contoh pertanyaan seperti itu dapat dijawab hanya dengan mengacu pada fakta-fakta yang ada. Tidak ada penilaian „baik“ atau „buruk“ di dalam ekonomi positif. Teori ekonomi dapat diklasifikasikan sebagai ekonomi positif. Pendekatan pandangan positif juga digunakan dalam model-model ekonomi untuk menjelaskan peristiwa di dunia nyata.

Jika terdapat ketidaksamaan pada pandangan positif ekonomi, maka dapat diatasi dengan menggunakan logika berpikir serta melihat data dan fakta yang ada. Sebagai contoh, jika seorang ekonom sedang mempelajari suatu pasar tertentu, bagaimana harga dan kuantitas barang ditentukan, kondisi efisiensi pasar, dsb. Namun ada seorang ekonom lain yang tidak setuju dengan kesimpulannya, maka perbedaan pandangan tersebut dapat diselesaikan dengan mengumpulkan fakta-fakta lebih banyak terkait pasar tersebut. Pandangan positif bisa disebut sebagai pernyataan yang dapat diuji karena dapat dibuktikan melalui bukti empiris. Banyak contoh pokok persoalan dalam ilmu ekonomi positif yang mudah untuk disepakati secara konsensus oleh para ahli ekonomi.

Sementara itu, pandangan ekonomi normatif merupakan sebuah perspektif seseorang yang menjelaskan „bagaimana seharusnya“ atau „apa yang seharusnya dilakukan“. Pandangan ini mengandung penilaian yang dapat dipengaruhi oleh latar belakang etika, nilai, filosofi, sosial, dan budaya seseorang. Pertanyaan-pertanyaan yang terkait dengan ekonomi normatif, seperti

misalnya berapa tingkat inflasi yang dapat diterima? Haruskah sistem subsidi dan perpajakan selalu diarahkan kepada sektor pertanian? Apakah anggaran pemerintah untuk sektor pertanian harus selalu meningkat tiap tahunnya? Pertanyaan-pertanyaan tersebut tidak akan dapat dipecahkan hanya berdasarkan pengetahuan dan fakta saja. Tidak akan ada jawaban sederhana yang mengatakan benar atau salah jika terkait pada pandangan ekonomi normatif. Ketidaksepakatan pendapat antar para ekonom akan banyak dan sering terjadi dalam ilmu ekonomi normatif, karena tidak dapat diuji dengan pembuktian melalui pengamatan empiris.

Suatu kebijakan perekonomian dapat dikatakan sebagai pandangan normatif ekonomi. Namun demikian, positif ekonomi akan tetap perlu digunakan sebagai dasar membuat penilaian dalam suatu pandangan normatif ekonomi yang baik. Dalam mempelajari ilmu ekonomi, kita harus dapat membedakan antara pandangan positif dan normatif, serta membedakan antara pernyataan yang berdasarkan hasil penelitian atau hanya berdasarkan penilaian personal. Pembedaan antara positif dan normatif membuat kita dapat membedakan pandangan tentang bagaimana dunia ini seharusnya berlangsung dan bagaimana dunia ini sesungguhnya berlangsung. Pemisahan positif dan normatif merupakan landasan dalam mempelajari ilmu ekonomi.

1.2.5 Ilmu Ekonomi dan Ilmu Ekonomi Pertanian

Penson *et al* (2018) menyatakan bahwa ilmu ekonomi pertanian merupakan ilmu sosial terapan yang berkaitan dengan bagaimana produsen, konsumen, dan masyarakat menggunakan sumber daya alam yang langka pada aktivitas produksi, pengolahan, pemasaran, serta konsumsi produk-produk pertanian. Seorang ahli ekonomi pertanian merupakan seorang ahli ekonomi yang memiliki spesialisasi di bidang pertanian. Ketertarikan utama dari ahli ekonomi pertanian adalah mengaplikasikan prinsip-prinsip dalam ilmu mikroekonomi maupun makroekonomi untuk menyelesaikan persoalan pada sektor pertanian. Oleh karena itu,

seorang ekonom pertanian tidak hanya perlu menguasai pemahaman ilmu ekonomi saja, tetapi juga penting mempunyai pengetahuan ilmu-ilmu pertanian.

Beberapa contoh permasalahan-permasalahan yang mengaplikasikan prinsip-prinsip ilmu ekonomi di bidang pertanian, diantaranya adalah: 1) bagaimana permintaan input-input produksi yang dibutuhkan sebagai respons dari proses produksi pertanian; 2) bagaimana rantai pemasaran bahan pangan dan penetapan harganya; 3) bagaimana pembiayaan pada perusahaan agribisnis; 4) bagaimana dampak kebijakan pemerintah terhadap konsumen, produsen produk-produk pertanian, dan fluktuasi harganya; serta 5) bagaimana sektor pertanian memengaruhi perekonomian nasional maupun global.

1.3 Para Pelaku Ekonomi

Ilmu ekonomi banyak membahas segala perilaku manusia dan berbagai keputusan yang dibuat oleh individu. Pada suatu sistem perekonomian terdapat jutaan orang atau individu yang terlibat di dalamnya. Agar mempelajari ilmu ekonomi dapat lebih sistematis, Lipsey *et al* (1995) mengkategorikan individu-individu pengambil keputusan yang terlibat dalam perekonomian ke dalam tiga kelompok, yaitu rumah tangga, perusahaan, dan pemerintah.

1.3.1 Rumah Tangga

Rumah tangga (*household*) merupakan sekumpulan orang yang bertempat tinggal di bawah satu atap dan membuat keputusan bersama. Anggota rumah tangga disebut sebagai konsumen karena kegiatan utama mereka membeli dan mengkonsumsi barang dan jasa. Selain sebagai konsumen, rumah tangga juga merupakan pemilik utama faktor-faktor produksi, seperti tenaga kerja, lahan, modal, dsb. Kemudian mereka menjual faktor-faktor produksi ini pada perusahaan dan menerima penghasilan (*income*) sebagai imbalannya.

Setiap rumah tangga akan mengambil keputusannya dengan konsisten berdasarkan motivasinya untuk memperoleh

kesejahteraan atau kepuasan (*utility*) yang maksimum. Rumah tangga berusaha mencapai tujuan tersebut dalam batas sumberdaya yang tersedia. Dalam pasar untuk komoditas tertentu, rumah tangga diperlakukan sebagai unit perilaku pada sisi permintaan (*demand*).

1.3.2 Perusahaan

Perusahaan (*firm*) adalah suatu unit yang memanfaatkan faktor-faktor produksi untuk memproduksi barang atau jasa tertentu yang akan dijual kepada perusahaan lain, rumah tangga, atau pemerintah. Karena kegiatan utamanya adalah memproduksi, maka perusahaan disebut sebagai produsen. Perusahaan diperlakukan sebagai unit perilaku pada sisi produksi atau penawaran (*supply*) dalam pasar komoditas. Sedangkan dalam pasar faktor produksi yang memperjual-belikan faktor-faktor produksi, peran perusahaan membeli dan rumah tangga menjual.

Sebagian besar perusahaan mengambil keputusannya berdasarkan pada satu tujuan utama yaitu mendapatkan keuntungan atau laba semaksimal mungkin. Yang dimaksud dengan laba adalah selisih antara nilai penerimaan dari hasil penjualan dengan biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang yang dijual. Maksimisasi keuntungan yang ingin dicapai perusahaan ini analog dengan maksimisasi kepuasan yang ingin diraih oleh rumah tangga.

1.3.3 Pemerintah

Dalam ilmu ekonomi, istilah pemerintah digunakan dalam arti luas, termasuk semua kementerian dan lembaga serta organisasi-organisasi lain yang dimiliki dan dikelola oleh pemerintah pusat maupun daerah. Semua organisasi resmi yang memiliki kekuatan dan kekuasaan politis untuk mengendalikan pengambilan keputusan perorangan dan pasar dapat dikategorikan sebagai pemerintah. Dengan demikian, pemerintah mencakup presiden, bank sentral, pemerintah daerah, lembaga penelitian milik pemerintah, badan legislatif, kepolisian, dan sebagainya.

Berbeda dengan rumah tangga dan perusahaan, pemerintah tidak selalu akan bertindak secara konsisten. Hal ini disebabkan karena, pertama pemerintah terdiri dari berbagai unit organisasi yang berbeda dan beragam sehingga masing-masing organisasi tersebut dapat memiliki kepentingan, pandangan, serta sasaran yang berbeda. Kedua, kebijakan yang dibuat oleh pemerintah seringkali hanya bertujuan jangka pendek. Hal ini karena siklus jabatan pemerintah bersifat jangka pendek, sehingga seringkali terlihat keengganan untuk melihat manfaat jangka panjang dari suatu kebijakan.

1.3.4 Interaksi Rumah Tangga dan Perusahaan

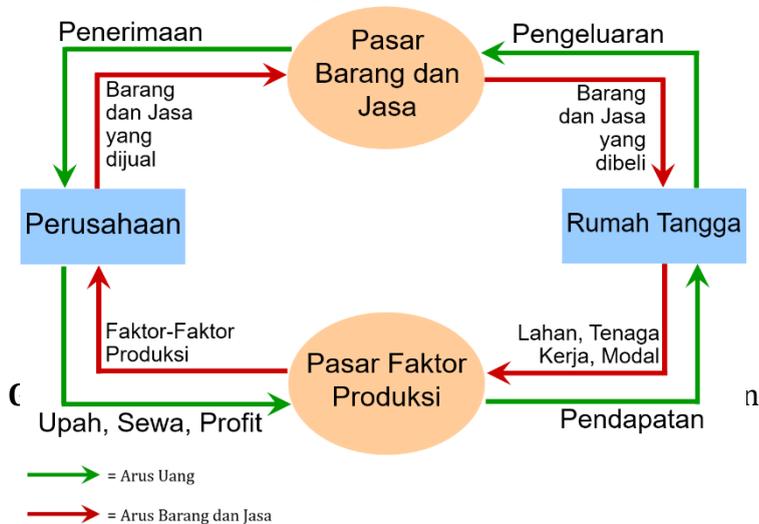
Interaksi antara rumah tangga sebagai konsumen dan perusahaan sebagai produsen terjadi melalui dua jenis pasar yang berbeda. Barang dan jasa yang diproduksi oleh perusahaan dijual melalui pasar barang dan jasa (*goods and services market*). Sedangkan faktor-faktor produksi seperti lahan, tenaga kerja, dan modal dijual di dalam pasar faktor. Interaksi ini melibatkan dua arus yang berbeda yaitu arus barang dan jasa serta arus uang. Arus barang dan jasa dapat disebut sebagai arus riil, sedangkan arus uang adalah arus pembayaran untuk barang dan jasa tersebut.

Output barang dan jasa mengalir dari produsen kepada konsumen melalui pasar barang. Sementara itu, dalam pasar faktor produsen bertindak sebagai pembeli yang membeli faktor-faktor produksi. Contoh-contoh transaksi yang terjadi pada pasar faktor diantaranya, karyawan menjual jasa tenaga kepada perusahaan untuk mendapatkan upah sebagai imbalan, pemilik modal akan menerima bunga atau laba karena menyediakan modal kepada perusahaan, serta pemilik lahan mendapatkan uang sewa karena menyewakan lahannya kepada perusahaan.

Konsep interaksi ini membantu untuk mengerti bagaimana pelaku-pelaku ekonomi yang terpisah berhubungan satu sama lain secara timbal balik. Aktivitas produsen dapat memengaruhi rumah tangga, karena upah yang dibayar oleh perusahaan akan memengaruhi kemampuan daya beli rumah tangga. Adapun,

aktivitas rumah tangga juga memengaruhi perusahaan, karena barang yang dibeli akan berdampak kepada penerimaan atau keuntungan perusahaan.

Pada gambar 1.1 berikut menjelaskan secara visual arus barang dan arus uang yang terjadi akibat adanya interaksi antara rumah tangga dan perusahaan di pasar barang dan jasa maupun di pasar faktor produksi. Mankiw (2021) menyatakan bahwa kedua arus hasil interaksi tersebut dapat dikatakan sebagai diagram arus sirkular dalam perekonomian, dan mampu menjelaskan dengan sederhana bagaimana suatu perekonomian bekerja.



1.4 Peran Model, Teori, dan Data Ekonomi

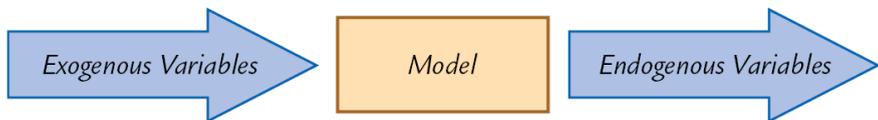
1.4.1 Model Ekonomi

Setiap sistem ekonomi di dunia nyata akan terlalu rumit dan kompleks untuk digambarkan secara rinci. Tidak mungkin untuk mempelajari secara rinci mengenai bagaimana setiap unit beras atau jagung yang diproduksi dan berapa banyak yang dibeli oleh konsumen di setiap pasar. Oleh karena itu, perlu dikembangkan model-model sederhana dari beragam aktivitas manusia yang ingin

dipelajari. Secara harfiah, model adalah gambaran esensi dari objek nyata yang dirancang mirip dengan aslinya. Nicholson & Snyder (2010) mendeskripsikan model ekonomi sebagai gambaran teoritis sederhana yang dapat menggambarkan bagaimana perekonomian bekerja.

Model ekonomi terbuat dari simbol dan persamaan matematika atau dapat juga berupa diagram. Model ini dibangun untuk membantu menjelaskan hubungan antar variabel-variabel ekonomi pada area mikroekonomi maupun makroekonomi. Para ekonom yang sedang berusaha menganalisis kondisi pasar pada komoditas tertentu, akan menggunakan model-model ekonomi yang sudah disederhanakan untuk menggambarkan karakteristik pokok suatu pasar tersebut. Model-model ekonomi ini tentu tidak akan identik dengan realitasnya, namun setidaknya dapat memandu para ekonom untuk dapat melihat kondisi dunia nyata yang kompleks dan rumit secara lebih sederhana.

Secara umum, model ekonomi memiliki dua jenis variabel, yaitu endogen dan eksogen. Variabel endogen (*endogenous variables*) adalah variabel yang akan dijelaskan di dalam sebuah model, sedangkan variabel eksogen (*exogenous variables*) adalah variabel yang memengaruhi variabel endogen dan nilainya ditentukan di luar model. Tujuan dari sebuah model adalah menunjukkan bagaimana variabel-variabel eksogen memengaruhi variabel endogen. Dapat juga dikatakan bahwa variabel eksogen merupakan input model sedangkan variabel endogen sebagai output model (Mankiw, 2022). Hal ini dapat dilihat pada gambar 1.2 di bawah ini.



Gambar 1. Bagaimana Model Ekonomi Bekerja
(Sumber : Mankiw, 2022)

Salah satu model paling populer dari seluruh model ekonomi adalah model permintaan dan penawaran¹. Model ini digunakan untuk mengetahui apa saja yang dapat memengaruhi harga dan kuantitas yang dijual pada komoditas tertentu. Oleh karena itu, dalam model permintaan dan penawaran variabel endogen adalah harga dan kuantitas, sedangkan variabel eksogen adalah variabel-variabel lain yang dapat memengaruhi harga dan kuantitas, seperti pendapatan konsumen, harga bahan baku, harga komoditas lain, kondisi cuaca, dsb. Model ini dapat menggambarkan perilaku konsumen, perilaku produsen, dan interaksi mereka di dalam pasar.

Dalam bab-bab selanjutnya di sepanjang buku ini, akan terdapat berbagai model ekonomi yang digunakan dalam rangka menjelaskan bagaimana kondisi atau fenomena ekonomi pada sektor pertanian seperti model produksi, model biaya produksi, model permintaan dan penawaran, serta model perdagangan internasional. Model-model ini akan bermanfaat karena membantu kita menghilangkan hal-hal yang tidak relevan dan memusatkan perhatian hanya pada hubungan antar variabel yang penting secara lebih jelas.

Semua model ekonomi akan memiliki banyak asumsi yang disederhanakan atau tidak memperhitungkan seluruh faktor yang ada. Seorang ekonom harus mampu menilai apakah sebuah asumsi itu dapat menjelaskan atau malah menyesatkan. Ketika sedang menganalisis permasalahan dengan menggunakan model ekonomi, para ekonom harus selalu menjelaskan asumsi-asumsi yang menjadi dasar model tersebut. Salah satu asumsi yang pasti ada di dalam model ekonomi adalah asumsi *ceteris paribus*. Asumsi ini menyatakan bahwa semua faktor-faktor lain diluar model dianggap tidak akan berubah dan dipertahankan tetap konstan. Asumsi dapat menyederhanakan kompleksitas dunia sehingga menjadi lebih mudah untuk memahaminya.

¹ Model permintaan dan penawaran akan secara rinci dibahas pada Bab 6

Walaupun dengan adanya asumsi membuat model ekonomi menjadi terlihat tidak realistis, namun penyederhanaan adalah bagian penting atau esensial dalam pengembangan model yang bermanfaat. Para ekonom menggunakan asumsi-asumsi yang berbeda untuk menjawab permasalahan-permasalahan yang berbeda pula. Meskipun tidak ada satu model pun yang cukup lengkap untuk menjelaskan seluruh persoalan ekonomi, tetapi dengan mempelajari model-model yang berbeda dapat membantu kita untuk memahami berbagai kejadian ekonomi yang sudah, sedang, atau bahkan akan terjadi termasuk pada sektor pertanian.

1.4.2 Teori Ekonomi

Teori merupakan alat dalam menyusun dan mengatur fakta. Teori ekonomi selalu terdiri dari sekumpulan definisi dan asumsi tentang variabel-variabel yang ada di dalam model ekonomi. Seperti halnya dengan model ekonomi, teori ekonomi juga tidak akan dapat menjelaskan bagaimana kondisi perekonomian di dunia nyata secara detail dan menyeluruh. Namun demikian, teori ekonomi bertujuan untuk menyediakan proposisi yang dapat digunakan dalam menjelaskan kompleksitas dunia nyata secara sederhana.

Dunia penuh dengan fakta yang ada, beberapa fakta dapat digunakan dalam menjelaskan fenomena ekonomi, namun beberapa fakta lain tidak dapat. Peran dari teori adalah mengidentifikasi beberapa fakta yang berguna dan menyatukannya sehingga menghasilkan kesimpulan yang berarti. Tanpa adanya teori, fakta-fakta dari hasil observasi akan tampak tidak berbentuk dan tidak berarti. Menganalisis permasalahan ekonomi tanpa panduan kerangka teori, dapat dianalogikan seperti berjalan di dalam kegelapan. Akan tetapi, permasalahan ekonomi yang sama juga dapat dilihat secara berbeda oleh para pengamat ekonomi yang menggunakan dasar teori yang berlainan.

Ilmu ekonomi dapat dipresentasikan melalui berbagai cara yang berbeda, seperti melalui grafik, menggunakan fungsi atau persamaan matematika, atau juga hanya melalui diskusi lisan saja.

Apapun metode dalam penyampaiannya, prinsip-prinsip dalam ilmu ekonomi akan selalu dapat dimanfaatkan oleh individu ataupun masyarakat untuk menyelesaikan permasalahan ekonomi di sekitarnya. Ilmu ekonomi termasuk ilmu yang relatif masih muda jika dibandingkan ilmu-ilmu lainnya. Begitupun dengan kemampuan para ahli ekonomi dalam memprediksi peristiwa-peristiwa ekonomi tidaklah sempurna. Akan tetapi studi ilmu ekonomi bisa menjelaskan banyak hal tentang dunia ini secara lebih sederhana, dan jika diaplikasikan dengan tepat dapat membuat dunia menjadi tempat yang lebih baik.

1.4.3 Data Ekonomi

Salah satu sumber informasi utama tentang apa yang terjadi dalam perekonomian adalah pengamatan. Suatu teori ekonomi akan berguna untuk menggambarkan apa yang sedang terjadi pada dunia nyata jika dikombinasikan dengan pengamatan. Data dari hasil pengamatan yang sistemik, sudah disusun dan diatur, juga dapat digunakan untuk mengevaluasi atau menguji validitas dari teori-teori ekonomi. Hanya jika data yang dihasilkan dari proses pengamatan itu sesuai dengan teori yang ada, maka kita dapat memahami situasi perekonomian yang sedang terjadi.

Data ekonomi merupakan sumber informasi dari kumpulan fakta-fakta yang sistemik dan objektif. Hampir setiap hari data statistik ekonomi yang baru dipublikasikan oleh berbagai lembaga, mulai dari lembaga pemerintah, perusahaan swasta, lembaga survei dan penelitian non pemerintah, dll. Data statistik ekonomi yang didapatkan tersebut sebagian besar merupakan hasil dari kegiatan survei kepada pelaku-pelaku ekonomi, seperti rumah tangga atau perusahaan. Sebagian besar dari berbagai model ekonomi dan berbagai bentuk kurva yang ada dalam bab-bab selanjutnya di buku ini datangnya juga dari analisis statistik yang dilakukan berdasarkan data statistik dari berbagai sumber.

Data statistik inilah yang digunakan sebagai bahan dasar bagi ekonom untuk memantau kondisi perekonomian dan perubahan-perubahannya atau oleh pengambil kebijakan untuk

merumuskan kebijakan pembangunan ekonomi yang tepat. Data saja tidak dapat memberitahu kita banyak hal tentang dunia, tetapi bila digabungkan dengan teori akan banyak yang bisa disampaikan kepada kita. Kemampuan mengamati data serta diramu dengan konsep-konsep teoritis, dan tentunya menggunakan pola berpikir yang logis merupakan syarat perlu untuk bisa menguasai prinsip-prinsip dasar ilmu ekonomi.

1.4.4 Analisis Marginal

Seringkali para ekonom, khususnya ekonom pertanian, memusatkan perhatiannya pada analisis marginal. Dalam konteks mikroekonomi fokus perhatiannya pada bagaimana tambahan penggunaan suatu input produksi, atau tambahan pembelian suatu produk oleh konsumen, akan mengubah kesejahteraan produsen dan konsumen. Di sisi yang lain, dalam konteks makroekonomi, contoh perhatian pada marginal adalah bagaimana perubahan pada tingkat pajak penghasilan dapat mengubah pendapatan nasional, suku bunga, inflasi, dan defisit anggaran pemerintah. Kata kunci pada kasus-kasus tersebut adalah *perubahan*. Pembahasan mengenai analisis marginal ini akan membuat kita lebih memahami bagaimana keputusan-keputusan ekonomi yang dilakukan oleh perusahaan, rumah tangga, atau negara.

DAFTAR PUSTAKA

- Case, Karl E., Ray C. Fair, dan Sharon M. Oster (2020. *Principles of Economics, Thirteenth Edition*. Pearson Education
- Debertin, David L. (2012. *Agricultural Production Economics, Second Edition*. Pearson Education
- Doll, John P., dan Frank Orazem (1984. *Production Economics, Theory with Applications*, 2nd ed. John Wiley & Sons
- Lipsey, R.G, P.N Courant, D.D Purvis, dan P.O Steiner (1995 *Pengantar Mikroekonomi Jilid Satu Edisi Kesepuluh*. Binarupa Aksara Terjemahan dari: *Economics 10th ed*
- Mankiw, N Gregory (2021. *Principles of Economics, Ninth Edition*. Cengage Learning, Inc
- Mankiw, N Gregory (2022. *Macroeconomics, Eleventh Edition*. Worth Publishers
- Nicholson, Walter dan Snyder, Christopher (2010. *Intermediate Microeconomics, Eleventh Edition*. South-Western, Cengage Learning
- Penson, John B., Jr, Capps, Oral, Rosson, C. Parr, dan Woodward, Richard T (2018. *Introduction to Agricultural Economics, Seventh Edition*. Pearson Education
- Samuelson, Paul A., dan Nordhaus, William D (2010. *Economics, Ninteenth Edition*. McGraw-Hill/Irwin

BAB 2

SUMBERDAYA PERTANIAN

Oleh Sari Anggarawati

2.1 Pendahuluan

Ekonomi pertanian adalah bidang ilmu ekonomi terapan yang berkaitan dengan penerapan teori ekonomi dalam mengoptimalkan produksi dan distribusi produk pertanian berupa pangan, serat, obat-obatan dan lainnya. Ekonomi pertanian mulanya sebagai cabang ilmu ekonomi yang khusus membahas penggunaan lahan, karena lahan dianggap sebagai faktor produksi utama dan ketersediaannya terbatas (langka).

Ekonomi pertanian mencakup penerapan ilmu ekonomi ke dalam bidang pertanian, maka dengan demikian didefinisikan sebagai berikut: Ekonomi pertanian dikategorikan ke dalam ilmu sosial terapan yang berkaitan dengan upaya produsen, konsumen, dan masyarakat memaksimalkan penggunaan sumberdaya yang langka dan terbatas dalam memproduksi, mengolah, memasarkan, dan mengkonsumsi produk berupa pangan, serat, obat-obatan dan lainnya.

Sumberdaya ekonomi adalah sumberdaya yang digunakan untuk menghasilkan kegiatan ekonomi. Kelas utama sumberdaya ekonomi terdiri atas tanah, tenaga kerja, modal, dan kewirausahaan dan sumberdaya lainnya berasal dari turunan kelas-kelas tersebut. Sumberdaya dalam pengembangan agribisnis tidak terlepas dari mengembangkan potensi alam melalui proses produksi yang terdiri dari tanah, iklim dan air, sumberdaya manusia, sumberdaya modal, kelembagaan, teknologi serta manajemen (Anggarawati and Wibaningwati, 2022).

Sumberdaya ekonomi dikenal juga sebagai faktor produksi. Faktor-faktor ini mewakili sumberdaya ekonomi yang langka

seperti sumberdaya alam, manusia, dan modal yang dibutuhkan untuk menghasilkan output ekonomi. Selain itu, masih ada lagi faktor produksi manajemen (*entrepreneurship*) yang mengelola ketiga sumberdaya beserta turunannya.



Gambar 2. Sumberdaya Pertanian

(Sumber: <https://www.majalahcamar.com/wp-content/uploads/2020/07/Illustrasi-pertanian-masa-depan.jpg>)

Faktor produksi atau sarana produksi merupakan pasokan dalam proses produksi, mulai dari tanah (lahan), tenaga kerja, modal, dan kewirausahaan (*enterpreniurship*). Ini yang biasa digunakan sebagai sumberdaya ekonomi di sektor pertanian. Pemahaman dari sumberdaya ekonomi adalah input yang digunakan dalam kegiatan produksi dan pendistribusian barang dan jasa. Proporsi yang tepat dari setiap faktor produksi sangat bervariasi dari produk ke produk dan dari layanan ke layanan, dan tujuannya adalah mengefektifkan penggunaan sumberdaya untuk memaksimalkan *output* dengan biaya seminimal mungkin. Alokasi yang salah atau penggunaan sumberdaya yang tidak tepat dapat menyebabkan bisnis akan gagal.

2.2 Sumberdaya Alam

Sumberdaya alam merupakan sumberdaya yang berasal dari alam yang digunakan untuk memproduksi barang dan jasa yang diperlukan manusia dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya. Sumberdaya alam kondisinya seringkali terbatas dalam jumlah, disebabkan waktu yang dibutuhkan untuk membentuknya sangat lama. Terdapat berbagai ragam sumberdaya alam yang ada di alam ini.

2.2.1. Pengertian Sumberdaya Alam

Sumberdaya alam mencakup semua unsur-unsur dalam tata lingkungan biofisik yang potensial ataupun nyata yang dapat memenuhi kebutuhan manusia (Katili, 1983). Sumberdaya alam adalah keadaan lingkungan dan bahan mentah yang dipakai manusia dalam rangka memenuhi kebutuhan dan meningkatkan kesejahteraannya (Isard, 1972).

2.2.2. Klasifikasi Sumberdaya Alam

Dalam bahasan ini, sumberdaya alam diklasifikasikan berdasarkan tingkat pemulihan, sifat benda, fungsi dan nilai kegunaannya.

Berdasarkan Tingkat Pemulihan

Berdasarkan tingkat pemulihannya dikelompokkan menjadi sumberdaya tidak terbarukan (*unrenewable*), sumberdaya terbarukan (*renewable*) dan sumberdaya alam yang selalu ada.

- a. Sumberdaya alam tidak terbaharukan merupakan sumberdaya yang dalam pemakaian terus-menerus dikonsumsi, tidak sebanding dengan lamanya waktu yang dibutuhkan untuk memproduksinya atau bahkan tidak dapat diproduksi kembali. Beberapa contoh sumberdaya yang tidak dapat diperbarui adalah minyak bumi, mineral dan logam.

- b. Sumberdaya alam terbaharukan merupakan sumberdaya yang dapat diproduksi terus-menerus (reproduksi), tidak akan habis dalam tempo yang lama dan juga memiliki siklus. Contoh sumberdaya terbaharukan yang dapat diproduksi terus-menerus adalah tanaman, hewan dan mikroorganisme. Contoh sumberdaya alam yang memiliki siklus adalah air, energi pasang surut dan iklim.
- c. Sumberdaya alam yang selalu ada merupakan sumberdaya yang tersedia di alam dalam jumlah banyak dan tak pernah habis digunakan. Contoh sumberdaya alam yang tidak habis adalah tenaga surya dan udara.

Berdasarkan Sifat Benda

Sumberdaya alam dikategorikan berdasarkan sifat benda hidup atau benda mati, atau dikelompokkan atas sumberdaya biotik (hayati) dan abiotik (benda mati).

- a. Sumberdaya alam biotik atau hayati adalah sumberdaya yang berupa makhluk yang hidup seperti tanaman, hewan, mikroorganisme dan manusia
- b. Sumberdaya alam abiotik atau benda mati adalah sumberdaya alam fisik yang berupa benda mati, seperti matahari, tanah, mineral, *waterwheels*, air dan udara.

Berdasarkan Fungsi

Sumberdaya alam berdasarkan fungsinya dalam memenuhi kebutuhan manusia dikelompokkan ke dalam sumberdaya penghasil bahan baku dan sumber energi.

- a. Sumberdaya alam penghasil bahan baku merupakan sumberdaya yang digunakan untuk memproduksi komoditas atau barang yang akan digunakan kembali sebagai material untuk proses produksi selanjutnya yang memiliki nilai lebih tinggi dalam penggunaannya. Contoh sumberdaya penghasil bahan baku adalah tanaman dan hewan

- b. Sumberdaya alam penghasil energi merupakan sumberdaya yang digunakan sebagai sumber energi dalam mendukung proses produksi komoditas atau barang untuk memenuhi kebutuhan manusia. Contoh sumberdaya penghasil energi adalah sinar matahari, minyak bumi, barang tambang, air dan udara.

Berdasarkan Nilai Penggunaan

Sumberdaya alam berdasarkan nilai kegunaan dikelompokkan menjadi sumberdaya alam bernilai ekonomi tinggi (*natural high economic resource*), bernilai ekonomi rendah (*natural low economic resources*) dan tidak memiliki nilai (*natural non economic resources*).

- a. Sumberdaya alam bernilai ekonomi tinggi adalah sumberdaya yang cara memperolehnya membutuhkan korbanan dengan biaya tinggi. Seperti barang tambang, mineral dan logam mulia.
- b. Sumberdaya alam bernilai ekonomi rendah adalah sumberdaya alam yang cara memperolehnya membutuhkan korbanan dengan biaya yang cukup murah dan ketersediaannya dalam jumlah yang cukup besar. Seperti bahan galian batu gamping (kapur) dan pasir, air dan tanah.
- c. Sumberdaya alam tidak memiliki nilai ekonomi adalah sumberdaya alam yang cara memperolehnya tidak membutuhkan korbanan, bahkan tanpa biaya, karena ketersediaannya dalam jumlah tak terbatas. Seperti sinar matahari, udara, angin, dan suhu.

Sumberdaya alam berdasarkan nilai kegunaan, pada faktanya di lapangan penilaiannya tidak mutlak, di beberapa tempat boleh jadi memiliki nilai rendah namun di tempat lain boleh jadi amat bernilai. Penggolongan ini dilakukan secara general, namun bisa

juga berasal dari kesepakatan antar masyarakat di suatu wilayah tertentu. Sebagai contoh, lahan bagi masyarakat di daerah pedalaman yang sulit terjangkau memiliki nilai ekonomi rendah, siapapun boleh menggarap asal mampu, namun bagi masyarakat perkotaan, tanah menjadi barang yang mahal dan langka.

2.2.3. Sumberdaya Alam dalam Pertanian

A. Sumberdaya Tanah

Tanah merupakan unsur utama yang sangat penting dalam produksi di bidang pertanian karena digunakan untuk menanam bahan-bahan kebutuhan pangan, sandang dan juga papan bagi manusia. Tanah meliputi semua sumberdaya alam yang ada di atas, di dalam ataupun di keduanya. Sumberdaya yang tumbuh di atas tanah, seperti tanaman, hewan dan iklim mikro. Sumberdaya yang ada dalam tanah seperti mineral, logam, gas alam, panas termal, minyak bumi dan batu bara. Sumberdaya yang berada di dalam maupun di atas seperti air, batu-batuan dan mikroorganisme.

Produktivitas tanah sebagai lahan pertanian ditentukan oleh kualitasnya. Kualitas tanah, juga disebut sebagai kesehatan tanah, adalah fungsi dari sifat kimia, fisik, dan karakteristik biologis tanah dan pilihan pengelolaan yang mengarah pada perubahan dinamis dalam sifat dan proses tanah. Sedangkan karakteristik tanah seperti tekstur dan jarak ke batuan dasar mungkin tidak mudah atau cepat diubah, strategi pengelolaan pertanian untuk pengelolaan sisa tanaman, rotasi tanaman, dan struktur konservasi tanah dapat meningkatkan atau mempertahankan kualitas tanah yang dinamis, mengurangi kerusakan lingkungan, dan meningkatkan keuntungan ekonomi. Kualitas tanah mencerminkan kapasitas tanah untuk memfasilitasi siklus nutrisi; mengatur aliran air; menjaga stabilitas fisik; menetralkan pencemar lingkungan; dan menyediakan habitat, makanan, dan serat (Ebel, 2012)

Contoh penggunaan lahan sawah di Kecamatan Cileungsi, Darmaga dan Leuwiliang, Kabupaten Bogor, hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik variabel kesuburan tanah berupa bahan organik (C), Nitrogen (N), K_2O HCl 25%, dan KTK

berpengaruh nyata terhadap produktivitas padi. Kesuburan tanah di ketiga kecamatan tersebut hampir sama dan tidak mempengaruhi produktivitas lahan sawah (Arifien and Anggarawati, 2019).

BPS membagi penggunaan lahan pertanian sebagai berikut (BPS, 2015):

- a. Lahan sawah adalah suatu lahan yang berpetak-petak yang dibatasi oleh galengan/pematang, terdapat saluran air yang berfungsi untuk menahan maupun menyalurkan air, dan tanaman yang biasa ditanam adalah padi. Lahan sawah dapat juga berupa lahan rawa.
- b. Tegalan atau kebun yaitu lahan pertanian yang berupa lahan kering yang dapat ditanami tanaman berumur pendek (semusim) ataupun tanaman tahunan, yang keberadaannya terpisah dari halaman rumah dan penggunaannya tetap (tidak berpindah-pindah).
- c. Ladang atau disebut juga huma yaitu lahan pertanian yang berupa lahan kering dan biasanya untuk tanaman semusim, dalam pemanfaatannya juga semusim atau paling banyak hanya dua musim, selanjutnya akan ditinggalkan begitu saja jika sudah tidak subur lagi dan akan berpindah ke lahan lainnya (berpindah-pindah). Setelah beberapa waktu lahan tersebut dibiarkan (bera), kemudian kembali lagi dikerjakan jika sudah subur.
- d. Lahan yang sementara tidak diusahakan yaitu lahan yang biasanya ditanami tanaman termasuk lahan sawah, namun untuk sementara waktu sekitar satu sampai dua tahun tidak diusahakan.

Permasalahan utama yang terjadi pada sumberdaya lahan adalah alih fungsi lahan, fragmentasi lahan, perpecahan lahan (*division*), degradasi sumberdaya lahan, dan kompetisi dengan penggunaan lain. Permasalahan tersebut akan berakibat pada menurunnya produksi dan produktivitas hasil pertanian, selain itu juga berdampak pada perubahan lingkungan fisik, sosial dan budaya serta adat suatu masyarakat.

B. Sumberdaya Air

Sumberdaya air merupakan faktor terpenting dalam produksi pertanian, terlebih pada lahan pertanian beririgasi. Air merupakan faktor produksi utama yang sangat menentukan dalam mencapai keberhasilan produksi pertanian. Jika ketersediaan air tidak memenuhi secara optimal, maka produksi pertanian akan mengalami hambatan pertumbuhan pada tanaman dan hewan, bahkan akan mengalami kegagalan jika tidak tersedia sama sekali.

Beberapa sumberdaya air yang biasa digunakan dalam produksi pertanian meliputi mata air (sumber), air sungai, air danau/situ, dan air hujan. Ketersediaan air untuk pertanian sangat dipengaruhi oleh musim, persediaan air amat banyak bahkan berlimpah saat musim hujan, namun menjelang musim kemarau persediaan air mulai berkurang dan akan semakin sedikit saat kemarau datang. Dalam rangka mengatasi kelangkaan air dan mengamankan persediaan air, beberapa teknologi dalam pengelolaan air diterapkan untuk menjamin ketersediaan dan pasokan air sepanjang waktu sehingga dapat meningkatkan indeks pertanaman, jumlah dan ragam komoditi pertanian yang dapat diproduksi. Beberapa teknologi pengelolaan air dalam produksi pertanian meliputi:

- a. Pembangunan waduk atau bendungan, yaitu memanfaatkan suatu wilayah yang cekung yang digunakan sebagai tempat penampungan saat air berlebihan pada musim penghujan, agar dapat dimanfaatkan kembali saat musim kemarau. Sumber air waduk dapat berasal dari sungai, aliran permukaan dan air hujan.
- b. Pembangunan bendung, yaitu membangun tembok atau dinding beton pada aliran sungai untuk menahan air sungai tidak langsung mengalir ke hilir dengan tujuan untuk menjamin ketersediaan air agar dapat dimanfaatkan pada saat musim kemarau.
- c. Pembangunan embung yaitu penyediaan areal sebagai tempat resapan/tangkap air dan penampungan air saat

musim hujan. Embung juga berfungsi untuk meningkatkan daya simpan air tanah, dan penyediaan air di musim kemarau. Di kawasan yang berlahan kering, banyak dibangun embung untuk menunjang kegiatan pertanian baik untuk tanaman pangan, perikanan maupun peternakan.

- d. Pembangunan dam parit yaitu dengan cara membendung aliran air pada suatu parit, sehingga air dapat tertahan lebih lama pada Daerah Aliran Sungai, sehingga dimungkinkan ada sebagian air yang dapat meresap dalam tanah untuk dijadikan cadangan air tanah dan sebagian dialirkan ke lahan. Selain itu, dam parit dapat berfungsi untuk menurunkan kecepatan aliran air, mencegah erosi, dan sedimentasi.
- e. Pembangunan jaringan irigasi, adalah membuat saluran-saluran untuk mengalirkan air dari tempat-tempat penampungan ke lahan-lahan pertanian. Tujuan dari irigasi adalah untuk memberikan tambahan air disamping air hujan dan memenuhi kecukupan air yang dibutuhkan dalam produksi pertanian.

C. Sumberdaya Iklim

Iklim merupakan gambaran kondisi rata-rata cuaca di suatu wilayah yang cukup luas dan pada suatu periode yang panjang. Iklim memiliki unsur pancaran radiasi sinar matahari; lapisan bumi dan atmosfer; tekanan udara; angin; kelembaban udara dan tanah; suhu udara dan tanah; keawanan; curah hujan (presipitasi); penguapan (evapotranspirasi). Iklim suatu wilayah berbeda pada satu wilayah dengan wilayah lainnya, hal ini disebabkan oleh adanya faktor pengendali iklim, yang terdiri dari: ketinggian tempat (altitude); lintang (latitude); penyebaran wilayah daratan dan perairan; daerah bertekanan tinggi dan rendah; serta arus laut dan gangguan atmosfer.

Pemahaman tentang iklim digunakan untuk menentukan jenis komoditas yang akan diproduksi di suatu wilayah seperti tanaman pangan dan ternak apa saja yang dapat tumbuh dan hidup

optimal di wilayah tersebut. Seperti di wilayah Kabupaten Timur Tengah Utara yang beriklim kering, yang hujan turun hanya sekitar tiga bulan saja, maka jenis komoditas yang bisa tumbuh dan hidup dengan kondisi keterbatasan diantaranya adalah sapi, jagung dan jambu mete (Anggarawati and Suwarnata, 2020).

2.3. Sumberdaya Manusia

Sumberdaya manusia sebagai faktor produksi merupakan tenaga kerja yang bersama dengan tanah dan modal, yang tetap dibutuhkan untuk menghasilkan barang dan jasa. Bahkan di dunia yang berteknologi maju saat ini, tenaga manusia tetap dibutuhkan untuk membantu mengolah sumberdaya menjadi produk (barang) atau memanfaatkan sumberdaya untuk memberikan jasa.

Berdasarkan wujud yang diproduksi, tenaga kerja dibedakan atas tenaga kerja produksi barang dan memberikan jasa pelayanan. Contoh tenaga kerja produksi barang adalah petani dan buruh tani, sedangkan tenaga kerja jasa pelayanan adalah memberikan jasa, seperti penyuluh pertanian, tenaga kesehatan hewan, tenaga Inseminasi Buatan, tenaga penjualan produksi pertanian.

Tenaga kerja dibedakan atas tingkat pendidikan dan keterampilan. Ada jenis pekerjaan membutuhkan pendidikan tertentu, seperti penyuluh dan tenaga kesehatan hewan, minimal berijazah diploma. Sedangkan lainnya membutuhkan keterampilan seperti melakukan okulasi, mengawinkan tanaman vanilli dan salak, dan sebagainya.

Lapangan usaha pertanian, kehutanan dan perikanan masih merupakan lapangan pekerjaan yang dapat memberikan peluang kerja paling besar di Indonesia. Berikut ini disajikan jumlah tenaga kerja di 10 besar lapangan pekerjaan utama pada Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah Tenaga Kerja yang Bekerja di 10 Besar Lapangan Pekerjaan Utama Tahun 2020 - 2021

| No. | Lapangan Pekerjaan Utama | 2020 | 2021 |
|-----|---|------------|------------|
| | | Agustus | Agustus |
| 1. | Pertanian, Kehutanan dan Perikanan | 38.224.371 | 37.130.676 |
| 2. | Perdagangan Besar Dan Eceran; Reparasi dan Perawatan Mobil dan Sepeda Motor | 24.702.695 | 25.736.110 |
| 3. | Industri Pengolahan | 17.482.849 | 18.694.463 |
| 4. | Penyediaan Akomodasi dan Penyediaan Makan Minum | 8.543.794 | 9.180.340 |
| 5. | Konstruksi | 8.066.497 | 8.293.769 |
| 6. | Jasa Lainnya | 6.409.568 | 5.773.879 |
| 7. | Jasa Pendidikan | 6.028.610 | 6.491.628 |
| 8. | Transportasi dan Pergudangan | 5.591.941 | 5.443.654 |
| 9. | Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib | 4.569.946 | 4.848.980 |
| 10. | Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial | 2.005.522 | 2.197.328 |

Sumber: (BPS, 2021)

Jumlah tenaga kerja yang bekerja di pertanian, kehutanan dan perikanan mencapai 38.224.371 pekerja Tahun 2020 dan 37.130.676 pekerja Tahun 2021. Lapangan usaha yang kedua adalah perdagangan besar dan eceran; reparasi dan perawatan mobil dan sepeda motor.

2.3.1 Pengertian Sumberdaya Manusia

Sumberdaya manusia mencakup keseluruhan daya, bakat, keterampilan dan pengetahuan manusia yang digunakan secara potensial, dapat atau harus digunakan untuk tujuan produksi dan jasa-jasa yang bermanfaat (Harbison, 1973).

Sumberdaya manusia, adalah kualitas suatu usaha yang dikerjakan seseorang pada kurun waktu tertentu dalam menghasilkan barang dan jasa. Sumberdaya manusia diartikan juga sebagai manusia yang mempunyai kemampuan bekerja dalam rangka menghasilkan suatu barang atau jasa dari usaha kerjanya. Kemampuan seseorang untuk bekerja dapat diartikan mampu melakukan beragam kegiatan yang memiliki nilai ekonomi yang bisa menghasilkan barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhan hidupnya (Sumarsono, 2003).

2.3.2. Klasifikasi Tenaga Kerja

BPS membuat klasifikasi penduduk ke dalam golongan usia kerja dan non usia kerja. Usia kerja merupakan penduduk yang berusia 15 tahun ke atas, yang terbagi atas angkatan kerja dan bukan angkatan kerja. Angkatan kerja merupakan penduduk dalam usia kerja yang bekerja, atau memiliki pekerjaan namun untuk sementara waktu tidak bekerja dan menganggur. Sedangkan penduduk yang masuk golongan bukan angkatan kerja adalah penduduk usia kerja yang masih berstatus sekolah, mengurus rumah tangga atau melaksanakan kegiatan lainnya selain kegiatan pribadi.

Penduduk dari kelompok angkatan kerja dibagi lagi ke dalam golongan bekerja, sementara tidak bekerja dan pengangguran. Golongan bekerja adalah yang mempunyai kegiatan ekonomi yang dimaksudkan untuk memperoleh atau membantu memperoleh pendapatan (keuntungan), paling sedikit satu jam dalam kondisi tidak terputus selama seminggu terakhir. Sedangkan yang dimaksud sementara tidak bekerja adalah di mana seseorang yang mempunyai pekerjaan namun selama kurun waktu seminggu terakhir sementara tidak bekerja karena berbagai sebab. Pengangguran

adalah mereka yang tak punya pekerjaan dan sedang mencari pekerjaan, dalam persiapan usaha serta mereka yang tidak mencari pekerjaan, disebabkan merasa tidak mungkin mendapat pekerjaan.

Penduduk bekerja dibagi lagi ke dalam golongan bekerja penuh dan bekerja tidak penuh. Yang dimaksud bekerja penuh adalah mereka yang bekerja lebih dari 35 jam dalam seminggu. Sedangkan yang bekerja tidak penuh adalah mereka yang bekerja kurang dari 35 jam seminggu.

2.3.3. Sumberdaya Manusia dalam Pertanian

Pekerjaan di sektor pertanian memiliki karakteristik yang berbeda dengan pekerjaan di sektor formal maupun informal lainnya. Pekerjaan di sektor pertanian memiliki curahan waktu yang tidak sama per hari, per minggu, bahkan per bulan, boleh jadi per tahun. Derajat pekerjaan berbeda saat-saat sibuk dan saat-saat longgar. Saat-saat sibuk seperti waktu pengolahan tanah, penanaman, dan pemanenan, sedangkan saat-saat longgar seperti pemeliharaan dan menunggu pemanenan.

Jenis pekerjaan di sektor pertanian amat beragam, sehingga membutuhkan keterampilan yang beragam pula sesuai dengan tahapan kegiatan produksi. Misalnya dalam kegiatan produksi tanaman, keterampilan yang harus dimiliki pekerja adalah mulai dari mengolah lahan, menanam beragam komoditi, memupuk, menyiang, menyemprot, menyiram, kalau diperlukan memangkas dan memanen serta kegiatan pascapanen. Contoh kegiatan produksi di peternakan sapi adalah membersihkan kandang, memberi pakan, memeras susu dan juga memandikannya.

Berdasarkan data yang diperoleh dari BPS Tahun 2019, jumlah petani di Indonesia pada Tahun 2019 mencapai 33.400.000 jiwa. Dari angka tersebut, jumlah petani muda yang berusia antara 20-39 tahun sekitar 2.700.00 jiwa, yaitu hanya 8%nya saja. Sisanya sekitar 30.400.000 jiwa (91%) berusia di atas 40 tahun, dan mayoritas dari petani tersebut berusia antara 50-60 tahun, di mana secara fisik sudah mengalami penurunan. Berdasarkan sumber yang sama

diperoleh informasi, dalam kurun waktu satu tahun saja, yaitu Tahun 2017-2018, terjadi penurunan jumlah petani muda yang cukup signifikan yaitu sebesar 415.789 orang. Jumlah petani muda yang menurun, membuat keprihatinan Bangsa Indonesia ke depannya, dan bila dibiarkan akan menimbulkan krisis regenerasi petani muda.

Data tingkat Pendidikan tenaga kerja sektor pertanian disajikan pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Tenaga Kerja Sektor Pertanian Berdasarkan Jenjang Pendidikan

| Tingkat Pendidikan | Agustus 2020 | Persen (%) | Agustus 2021 | Persen (%) |
|----------------------------|--------------|------------|--------------|------------|
| Tidak/belum pernah sekolah | 1.426.418 | 3,73 | 1.081.532 | 2,91 |
| Tidak/belum tamat SD | 7.642.164 | 19,99 | 8.565.498 | 23,07 |
| SD | 15.866.309 | 41,51 | 14.221.762 | 38,30 |
| SLTP | 6.791.164 | 17,77 | 6.524.707 | 17,57 |
| SLTA Umum/SMU | 4.188.303 | 10,96 | 4.259.464 | 11,47 |
| SLTA Kejuruan/SMK | 1.614.066 | 4,22 | 1.768.197 | 4,76 |
| Akademi/Diploma | 190.188 | 0,50 | 190.933 | 0,51 |
| Universitas | 505.759 | 1,32 | 518.583 | 1,40 |
| Total | 38.224.371 | 100,00 | 37.130.676 | 100,00 |

Sumber: Data Diolah (BPS, 2021)

Sumber tenaga kerja di sektor pertanian yang utama adalah keluarga, dibantu dengan tenaga luar keluarga berupa tenaga upah

atau borongan. Pendidikan formal tenaga kerja di pertanian didominasi oleh mereka yang hanya tamatan SD (38,30%), dan bahkan tidak tamat (23,07%) pada Tahun 2021, demikian juga pada tahun sebelumnya. Tamatan SMA/SMK jumlahnya kurang dari 20%. Dari data tersebut, tergambar dengan jelas kondisi tenaga kerja pertanian yang cukup rendah dari tingkat pendidikan.

Modernisasi kegiatan produksi pertanian perlu dilakukan, penggunaan teknologi dan digitalisasi dalam proses produksi pertanian dan pemasaran hasil menjadi tuntutan yang tidak terelakkan lagi, meskipun beberapa jenis pekerjaan di pertanian tidak mudah untuk dirasionalisasikan.

2.4. Sumberdaya Modal

Modernisasi di sektor pertanian membutuhkan biaya untuk pemutaharan alat-alat dan mesin-mesin serta adopsi teknologi produksi. Selain itu, kegiatan produksi pertanian agar mencapai hasil yang tinggi membutuhkan faktor-faktor produksi seperti bibit unggul, pemupukan dan juga pengendalian hama penyakit. Pengadaan faktor-faktor produksi tersebut juga membutuhkan pembiayaan. Pemenuhan akan kebutuhan pembiayaan inilah, maka dibutuhkan sumberdaya modal. Sumberdaya modal merupakan sumberdaya yang berkontribusi pada proses produksi untuk menghasilkan barang lain.

2.4.1. Pengertian Sumberdaya Modal

Modal diartikan sebagai uang yang digunakan sebagai pokok atau induk untuk berdagang. Modal dapat berupa harta kekayaan, bisa dalam bentuk uang dan barang yang bisa dimanfaatkan untuk menghasilkan barang atau jasa yang mampu menambah kekayaan dan sebagainya. Harta atau benda tersebut, bisa juga digunakan untuk memproduksi sesuatu yang mampu meningkatkan kekayaan, dan lainnya (KKBI, 2016). Modal merupakan hasil dari suatu produksi yang digunakan untuk memproduksi barang lebih lanjut. Dalam perkembangan berikutnya, sumberdaya modal lebih

ditekankan pada nilai, daya beli atau pada penguasaan atas barang modal untuk memanfaatkan atau menggunakan kandungan dalam barang-barang modal tersebut (Riyanto, 2011).

Sumberdaya modal merupakan aset utama yang dimiliki atau dikuasai oleh perusahaan (usahatani) dalam melaksanakan kegiatan produksinya. Sumberdaya modal yang umum biasanya berbentuk dana/uang, asset/harta, atau hutang barang ataupun uang. Dengan tersedianya sumberdaya modal, diharapkan proses produksi dari hulu hingga hilir (pemasaran) dapat berjalan dengan lancar.

2.4.2. Klasifikasi Sumberdaya Modal

Terdapat berbagai jenis sumberdaya modal yang digunakan dalam proses produksi, sumberdaya modal diklasifikasi atas dasar sumber perolehan, kepemilikan, wujud dan sifatnya, masing-masing dijelaskan sebagai berikut:

A. Modal Berdasarkan Sumber Perolehan

Modal berdasarkan sumber perolehannya dikelompokkan menjadi modal dari luar perusahaan/usahatani (eksternal) dan dari dalam perusahaan (internal). Sumber modal eksternal atau berasal dari luar adalah modal atau dana yang diperoleh dari beberapa sumber seperti dari kreditur, perusahaan lesing atau para investor. Biasanya modal eksternal bisa diperoleh dengan cara meminjam pada bank, koperasi, pedagang (tengkulak), atau lembaga keuangan lainnya. Modal juga bisa diperoleh dari perusahaan sewa guna (leasing companies), yaitu perusahaan yang memberikan pinjaman bukan dalam bentuk uang namun dalam bentuk barang seperti mesin-mesin yang dibutuhkan untuk produksi. Sumber modal lainnya bisa diperoleh dari investor yang menginvestasikan sejumlah modalnya pada perusahaan.

Sumber modal internal atau modal pemilik perusahaan (usahatani), merupakan modal yang diperoleh dari harta pemilik atau perusahaan itu sendiri yang disimpan, biasanya diperoleh dari

penjualan hasil produksi. Contoh dari modal internal dapat berupa lahan, bangunan, tanaman dan ternak, saham, mesin-mesin produksi, kendaraan, keuntungan yang diinvestasikan kembali dan sebagainya.

B. Modal Berdasarkan Fungsinya

Berdasarkan penggunaannya, modal dikelompokkan menjadi dua, yaitu modal perseorangan dan modal bersama. Modal perseorangan merupakan modal yang diperoleh dari seseorang, yang dengan sengaja digunakan untuk memfasilitasi berbagai kegiatan produksi yang mendatangkan keuntungan ekonomi sehingga dapat memberikan balas jasa kepada pemiliknya. Contoh modal perseorangan diantaranya adalah lahan, kandang, bangunan, perhiasan, tabungan/deposito, mesin-mesin, kendaraan, saham, dan sebagainya.

Modal masyarakat merupakan modal yang digunakan secara bersama oleh masyarakat dan memberikan keuntungan dalam rangka memperlancar kegiatan produksi. Contoh dari modal bersama dapat berupa jalan, jembatan, irigasi, elektrik, jaringan komunikasi, energi, pasar, pelabuhan, dll.

C. Modal Berdasarkan Wujudnya

Modal dikelompokkan berdasarkan wujud atau bentuk dari modal tersebut, yaitu modal nyata (konkret) dan tidak nyata (abstrak). Modal nyata atau konkret merupakan barang modal yang bisa dilihat dengan mata, bisa disentuh, dan dipegang atau memiliki wujud. Contohnya adalah lahan, kandang, gudang, mesin-mesin, alat-alat, bangunan, kendaraan, bahan baku, dan lain-lain.

Modal tidak nyata atau abstrak merupakan suatu modal yang tidak bisa disentuh, dilihat, ataupun dipegang, namun dapat dirasakan keberadaannya dalam mendukung keberlangsungan proses produksi suatu perusahaan (usahatani). Modal abstrak dapat berupa pengetahuan dan keterampilan tenaga kerja, akses atau konektivitas, citra perusahaan atau pemilik, hak paten, hak pendirian usaha, dan lain-lain.

D. Modal Berdasarkan Sifatnya

Berdasarkan sifat modal dalam kegiatan produksi, modal dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu modal tetap (*fixed capital*) dan modal lancar (*current capital*). Modal tetap merupakan modal yang harus tersedia baik ada kegiatan maupun tidak ada kegiatan produksi, modal ini mempunyai karakteristik yang dapat digunakan beberapa kali atau dalam waktu lama untuk kegiatan produksi. Contoh dari modal tetap seperti lahan, kandang, irigasi, bangunan, mesin-mesin dan peralatan, kendaraan, dan lain-lain.

Modal lancar atau biasa disebut modal habis pakai adalah modal yang dalam penggunaannya akan terpakai habis dalam satu putaran proses produksi. Contoh dari modal lancar adalah bibit dan benih tanaman semusim, pupuk, pestisida, enzim, bahan bakar, dan bahan baku lainnya.

2.4.3. Sumberdaya Modal dalam Pertanian

Sumberdaya modal dalam pertanian dapat berupa uang, lahan, kandang, kolam, gudang/bangunan, pupuk, tanaman dan ternak, mesin-mesin, peralatan dan lain-lain. Untuk menghasilkan produksi pada tingkatan tertentu atau memperluas usaha (perusahaan), modal dari perusahaan sendiri tidak akan mencukupi. Oleh karena itu dibutuhkan modal dari sumber luar perusahaan.

Beberapa sumber modal yang biasa digunakan oleh usahatani, baik dari dalam usahatani maupun luar terdiri dari: tabungan; warisan, hadiah, dan jual beli; modal pribadi dari luar usahatani; kontrak sewa; perusahaan sewa guna usaha; kontrak produksi; kontrak pemasaran hasil produksi; kontrak manajemen produksi; kontrak penyediaan bahan produksi; dan keuntungan kerjasama (Kadarsan, 1995)

Sebagian besar petani, kepemilikan atas lahan kurang dari satu hektar, dan juga mengalami keterbatasan modal dalam mengembangkan usahatannya. Petani sudah menyadari pentingnya teknologi dalam proses produksi pertanian, namun pada penerapan teknologi tersebut, umumnya petani terkendala

dengan masalah permodalan yang akan digunakan dalam meningkatkan hasil pertaniannya. Di satu sisi, teknologi yang benar dan tepat guna membutuhkan biaya yang cukup tinggi dan harus tersedia tepat waktu (Daniel, 2004).

Permodalan yang dibutuhkan petani dalam melaksanakan proses produksi pertanian salah satunya adalah penyediaan kredit untuk sektor pertanian. Kredit berperan sangat penting untuk mengembangkan sektor pertanian, adanya kredit pelaksanaan adopsi teknologi dalam usahatani dapat dilaksanakan. Peranan kredit pertanian adalah: mengatasi modal usahatani yang terbatas dengan tingkat bunga rendah; mengurangi ketergantungan pada tengkulak atau pelepas uang; meningkatkan posisi tawar (*bargaining position*) dalam pemasaran hasil pertanian; meningkatkan pendapatan di perdesaan melalui penyediaan permodalan; sebagai intensif bagi petani dalam meningkatkan produksi pertanian.

Modal sosial merupakan sumberdaya yang tidak berwujud, lahir dalam proses yang panjang dan lama dari hasil interaksi suatu komunitas, yang melahirkan ikatan emosional baik antar individu maupun institusi, di mana terdapat saling kepercayaan, interelasi, jejaring sosial, nilai dan norma yang membentuk struktur komunitas dan menjadi pengikat antar anggota komunitas yang berguna untuk memperjuangkan tujuan bersama. Modal sosial dapat melahirkan kegiatan yang konkrit dalam upaya mewujudkan tujuan bersama, seperti gotong-royong membuat saluran irigasi, galangan dan jalan usahatani, maupun tolong menolong antar petani pada saat kegiatan yang membutuhkan banyak tenaga kerja seperti mengolah lahan dan memanen.

2.5. Manajemen

Manajemen dibutuhkan untuk mengelola beragam sumberdaya yang diperlukan dalam proses produksi, yang terdiri atas sumberdaya alam, manusia, dan modal agar digunakan secara efisien dan efektif untuk mengoptimalkan hasil produksi. Manajemen merupakan sumberdaya yang digunakan untuk

mengakomodasi kegiatan produksi atau pemasaran agar efisien dan efektif dalam mencapai tujuan perusahaan.

Pelaksana dari kegiatan pengelolaan tersebut disebut manajer. Kegiatan seorang manajer meliputi merencanakan, mengorganisasi, mengkoordinasikan, mengarahkan, memantau dan mengevaluasi sumberdaya yang digunakan dalam produksi atau layanan (pemasaran). Seorang manajer diukur dari kemampuannya untuk memunculkan ide-ide yang berpotensi mengubah barang yang tidak bernilai ekonomi menjadi barang ekonomi, keberanian untuk pengambilan resiko, dan pengambilan keputusan yang jitu dalam menjalankan bisnis, berdasarkan kemampuan menggabungkan sumberdaya alam, manusia dan modal.

2.5.1. Pengertian Sumberdaya Manajemen

Manajemen adalah serangkaian proses yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian pelaksanaan dan pengontrolan pemakaian sumberdaya untuk mencapai sasaran secara efektif dan efisien. Arti dari efektif adalah, tujuan dapat dicapai sesuai dengan rencana, sedangkan arti efisien adalah tugas tersebut dilaksanakan secara benar, terorganisir, dan sesuai dengan jadwal (Griffin and Ebert, 2005).

Sumberdaya manajemen adalah kemampuan seseorang untuk membuat perencanaan, mengorganisasikan, melakukan koordinasi, menggerakkan dan mengarahkan, mengawasi dan mengendalikan, serta mengevaluasi suatu kegiatan agar berjalan secara efisien dan efektif dalam rangka mewujudkan suatu tujuan baik individu maupun kelompok.

2.5.2. Sumberdaya Manajemen dalam Pertanian

Perbedaan manajemen dalam bisnis pertanian dengan bisnis lainnya terletak pada seni menggunakan prinsip dasar manajemen untuk kegiatan produksi dan pemasaran hasil pertanian. Beberapa karakteristik atau sifat unik yang dimiliki sektor pertanian diantaranya adalah kegiatan pertanian

bertalian erat dengan gejala alam, curahan tenaga kerja yang tidak merata, jarak yang lebar antara pengeluaran dan penerimaan (*gestation period*), hasil produksi yang musiman, sifat komoditas yang spesifik terhadap lokasi (*location specific*) dan lainnya. Dengan sifat uniknya tersebut, seorang manajer bisnis pertanian (petani), dituntut mampu mengelola bisnisnya sedemikian rupa sehingga mendapatkan hasil yang maksimal secara berkelanjutan dengan modal dan sumberdaya yang terbatas secara efisien dan efektif.



Gambar 3. *Integrated Farm Management*
Sumber: (Saputro, 2021)

Sebuah ilustrasi dari bisnis di bidang pertanian, seorang manajer harus mampu mengelola bisnisnya yang beragam (tanaman, ternak) dengan kebutuhan sumberdaya yang beragam juga.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggarawati, S. and Suwarnata, A. (2020) 'Agribisnis Jambu Mete di Wilayah Perbatasan Kabupaten Timor Tengah Utara - Provinsi Nusa Tenggara Timur (Cashew Agribusiness in Border Areas Timor Tengah Utara Regency , East Nusa Tenggara Province) mete Indonesia terbesar adalah Vietnam berdasarkan rus', *Journal of Agribusiness and Agrotechnology*, 1(1), pp. 29–39.
- Anggarawati, S. and Wibaningwati, D. B. (2022) 'Pengembangan Agribisnis Berbasis Komoditas dan Sumberdaya', in Wahyuni, N. S. (ed.) *Paradigma Agribisnis*. 1st edn. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Arifien, Y. and Anggarawati, S. (2019) 'Characteristics of Soil Fertility Affecting the Rice Fields Productivity in Bogor Regency', *Agrotech Journal*, 4(2), pp. 61–68. doi: 10.31327/atj.v4i2.1083.
- BPS (2015) *Luas Lahan Menurut Penggunaan*. 1st edn. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- BPS (2021) *Penduduk 15 Tahun Ke Atas yang Bekerja menurut Lapangan Pekerjaan Utama 2011 - 2021*. Jakarta.
- Daniel, M. (2004) *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Kedua. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Ebel, R. (2012) 'Agricultural Resources and Environmental Indicators', *United States Department of Agriculture Economic Research Service Economic Information Bulletin*, p. (EIB-98) 55 pp.
- Griffin, R. W. and Ebert, R. J. (2005) *Business & Economics*. 8th edn. Jakarta: Erlangga.
- Available at:
<https://ubrawijaya.academia.edu/BhektiHariSeptiawan>.
- Harbison, F. H. (1973) *Human resources as the wealth of nations*. New York: Oxford University Press.
- Isard, W. (1972) *Ecologic-economic Analysis for Regional Development; Some Initial Explorations with Particular Reference to Recreational Resource Use and Environmental*

- Planning*. New York: Free Press.
- Kadarsan, H. W. (1995) *Keuangan Pertanian Dan Pembiayaan Perusahaan Agribisnis*. Kedua. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Katili, J. A. (1983) *Sumberdaya Alam untuk Pembangunan Nasional*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- KKBI (2016) *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Daring*. Kelima. Jakarta: Portal Informasi Indonesia.
- Riyanto, B. (2011) *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*. 4th edn. Yogyakarta: Yayasan Badan Penerbitan Gadjah Mada.
- Saputro, N. (2021) *Manajemen Tani*. Available at: <https://idmanajemen.com/manajemen-usaha-tani/>.
- Sumarsono, S. (2003) *Ekonomi Manajemen Sumberdaya Manusia dan Ketenagakerjaan*. NA. NA: Graha Ilmu.
- Syahyuti (2003) *Bedah Konsep Kelembagaan, Strategi Pengembangan dan Penerapannya dalam Penelitian Pertanian*. Bogor: Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian-Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian.

BAB 3

KELEMBAGAAN PERTANIAN

Oleh Dr. Mumuh Mulyana, SE., MM., MSi.

3.1 Pendahuluan

Untuk menunjang kerangka dasar ketahanan pangan di Indonesia diperlukan langkah kongkrit dan terpadu berupa pengembangan kelembagaan pertanian. Kelembagaan sering didefinisikan sebagai suatu aturan yang dikenal, diikuti, dan ditegakkan secara baik oleh anggota masyarakat, yang memberi naungan (*liberty*) dan hambatan (*constraints*) bagi individu atau anggota masyarakat.

Kelembagaan terkadang ditulis secara formal dan ditegakkan oleh aparat pemerintah, tapi dapat juga berbentuk tidak tertulis secara formal semacam aturan adat dan norma yang dianut oleh masyarakat. Kelembagaan umumnya bersifat dapat diprediksi dan stabil, dapat diaplikasikan pada situasi yang berulang. Tumbuh kembangnya suatu organisasi akan tergantung pada kelembagaan ini.

Di Indonesia, dalam sektor pertanian pernah dikenal istilah “lumbung desa”, “lumbung pangan”, “lumbung sosial,” dan yang sejenisnya sebagai bentuk kelembagaan yang sangat berperan cukup penting untuk menciptakan suatu tingkat ketahanan pangan yang berkelanjutan. Berbagai penelitian telah merekomendasikan akan pentingnya kelembagaan dalam sektor pertanian. Kelembagaan memegang peranan penting untuk menjamin suatu program dapat berjalan terus-menerus dan mencapai tujuan (Prihatinah, 2009).

3.2 Definisi Kelembagaan Pertanian

Alan Fowler (1992) tentang kelembagaan dan organisasi: *An institution is a complex norm and behavior that*

persist overtime by serving some socialy value purpose, while an organization is a structure of recognize and accept roles.

Lembaga adalah aturan di dalam suatu kelompok masyarakat atau organisasi yang memfasilitasi koordinasi antar anggotanya untuk membantu mereka dengan harapan dimana setiap orang dapat bekerjasama atau berhubungan satu dengan yang lainnya untuk mencapai tujuan bersama yang diinginkan (Ruttan dan Hayami, 1984).

Kelembagaan petani adalah lembaga petani yang berada pada kawasan lokal, yang berupa organisasi keanggotaan atau kerjasama yaitu petani-petani yang tergabung dalam kelompok kerjasama (Uphoff, 1986).

3.3 Unsur-unsur Kelembagaan Pertanian

Ada beberapa unsur penting yang terkandung dari pengertian kelembagaan, antara lain :

1. Institusi merupakan landasan untuk membangun tingkah laku sosial masyarakat
2. Norma tingkah laku yang mengakar dalam masyarakat dan diterima secara luas untuk melayani tujuan bersama yang mengandung nilai tertentu dan menghasilkan interaksi antar manusia yang terstruktur
3. Peraturan dan penegakan aturan/hukum
4. Aturan dalam masyarakat yang memfasilitasi koordinasi dan bekerjasama dengan dukungan tingkah laku, hak dan kewajiban anggota
5. Kode etik
6. Kontrak
7. Pasar
8. Hak milik
9. Organisasi
10. Insentif untuk menghasilkan tingkah laku yang diinginkan

3.4 Macam-macam Kelembagaan Pertanian

Kelembagaan pertanian terbagi ke dalam beberapa bentuk, yaitu :

1. Kelembagaan petani, berupa kelompok tani, gabungan kelompok tani dan koperasi.
2. Kelembagaan pemerintah, berbentuk kelembagaan penyuluhan baik di tingkat nasional, kabupaten/kota, kecamatan dan desa/kelurahan.
3. Kelembagaan swasta, bergerak di bidang pengadaan sarana produksi, keuangan dan pengangkutan.
4. Kelembagaan Lembaga Swadaya Masyarakat, bergerak di bidang pengujian dan penyuluhan.

Beberapa contoh Kelembagaan Pertanian yang sering ditemukan dalam pengembangan pertanian di Indonesia, antara lain :

- a. Koperasi. Kelembagaan ini memiliki tujuan meningkatkan produksi dan kesejahteraan petani. Sering disebut dengan nama Koperasi Unit Desa yang memiliki harapan ideal: (1) memberikan jaminan keuntungan secara sosial dan ekonomi, (2). Meningkatkan posisi tawar petani dalam menentukan harga produk pertanian. Kendala yang sering dihadapi dalam pengembangan koperasi ini antara lain: (1) rendahnya minat masyarakat untuk bergabung karena kegagalan dan stigma negatif tentang koperasi yang berkembang di tengah persepsi masyarakat, (2) ketergantungan petani terhadap tengkulak akibat transaksi yang dilakukan, (3) kurangnya pemahaman dan arti penting koperasi
- b. Lembaga Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi (BPPT). Lembaga ini berperan sebagai Lembaga intermediasi, Lembaga pelaksana, Lembaga pengkaji teknologi, pelaksana audit teknologi dan Lembaga pemberi

solusi teknologi. Balai Inkubator Teknologi sebagai ujung tombak perekayasaan teknologi sebagai wahana inkubasi dan komersialisasi invensi dan inovasi teknologi yang dihasilkan BPPT untuk mewujudkan wirausaha baru berbasis teknologi.

- c. Lembaga Agribisnis Industrial Pedesaan (AIP). Model inovasi kelembagaan yang dikembangkan PRIMA TANI (Program Rintisan dan Akselerasi Pemasarakatan Inovasi Teknologi Pertanian). Penumbuhan elemen AIP meliputi (1) Lembaga Produksi, berupa kelompok tani maupun GAPOKTAN, dengan model pendekatan domisili ataupun hampan, yang merupakan aktivigas usahatani berdasar keputusan kolektif, (2) Lembaga Sarana Produksi, menyelaraskan pengadaan saprodi dalam jenis, kuantitas, kualitas, waktu, tempat dan harga yang sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan petani dan pelaku bisnis lainnya.
- d. Penyuluhan **Pertanian**. Memfungsikan secara efektif dalam kegiatan pendampingan petani sehingga dapat memanfaatkan sumberdaya pertanian setempat secara optimal. Tugas utama penyuluh adalah memperkenalkan inovasi baru, menjelaskan kebijakan pemerintah, dan menampung keluhan atau saran dari petani terkait dengan kebijakan tersebut. Penyuluhan dapat dikatakan berhasil apabila dilihat dari sisi petani, dapat meningkatkan pengetahuan dan adopsi inovasi, dilihat dari sisi Penyuluh, dapat merubah sikap petani (yang negative), memberikan pengetahuan praktis yang berguna (Meneth Ginting,)
- e. Lembaga Klinik Agribisnis. Bertujuan untuk meningkatkan pelayanan informasi, teknologi pertanian, informasi pasar, dan informasi permodalan. Lembaga ini merupakan

- organisasi dengan anggota: para Penyuluh, Peneliti BPTP, Pusat Penelitian dan Balai Penelitian di lingkungan Kementan dan petugas dinas terkait.
- f. Lembaga Pasca Panen (Pemasaran Hasil Pertanian). Bertujuan menekan kehilangan hasil mentah pertanian, meningkatkan nilai tambah dan memperlancar pemasaran hasil pertanian sehingga posisi tawar petani meningkat.
 - g. Lembaga Jasa ALSINTAN. Dirintis dengan pelayanan jasa penyewaan alsintan, ditujukan untuk meningkatkan efisiensi usaha dengan biaya terjangkau oleh petani dan memberikan keuntungan yang layak (bagi Lembaga), serta pembinaan dengan pemberian kredit murah bagi pelaku usaha jasa alsintan.
 - h. Lembaga Pengolahan Hasil Pertanian. Bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah produk pertanian dan memperluas pasar, pembentukan industri skala kecil dan rumah tangga yang dikelola secara kelompok. Perlu pembinaan teknis dan manajemen sehingga keuntungan layak. Pembagian nilai tambah yang proporsional dengan petani pemasok bahan baku dan pelaku agribisnis lain di pedesaan.
 - i. Lembaga Permodalan. Merupakan bentukan baru atau memanfaatkan Lembaga yang sudah ada tetapi belum menjangkau petani. Dikembangkan dengan pola kredit usaha mandiri yang melibatkan anggota kelompok tani.

3.5 Peran Penting Kelembagaan Pertanian

Kelembagaan pendukung sektor pertanian di pedesaan bersifat pasang surut dan tergantung kebutuhan. Kelembagaan dapat bersifat formal (disponsori dan dibantu pemerintah) dan non formal (terbentuk sebagai jawaban atas tuntutan kebutuhan aktual petani). Kelembagaan yang bersifat formal

seperti penyuluh pertanian kurang berjalan karena batasan-batasan formal yang sering bergesekan dengan pemahaman petani.

Pada dasarnya peran suatu kelembagaan sangat diperlukan dalam proses kegiatan pembangunan untuk meningkatkan segala infrastruktur demi mensejahterakan kehidupan masyarakat. Pembangunan kelembagaan pertanian sebagai penunjang keberhasilan agribisnis diperlukan karena:

- (1) Proses pertanian memerlukan sumberdaya tangguh yang didukung oleh infrastruktur, peralatan dan kredit,
- (2) Pembangunan kelembagaan petani lebih rumit daripada manajemen sumberdaya alam karena memerlukan faktor pendukung

Dalam kehidupan komunitas petani, posisi dan fungsi kelembagaan petani merupakan bagian pranata sosial yang memfasilitasi interaksi sosial atau social interplay dalam suatu komunitas. Kelembagaan petani juga memiliki titik strategis (entry point) dalam menggerakkan sistem agribisnis di pedesaan. Untuk itu segala sumberdaya yang ada di pedesaan perlu diarahkan/diprioritaskan dalam rangka peningkatan profesionalisme dan posisi tawar petani (kelompok tani). Saat ini potret petani dan kelembagaan petani di Indonesia diakui masih belum sebagaimana yang diharapkan (Suradisastra, 2008)

Kelembagaan juga berfungsi sebagai penggerak, penghimpun, penyalur sarana produksi, pembangkit minat dan sikap serta menjamin keberhasilan agribisnis pertanian. Kelembagaan yang mampu berkembang adalah kelembagaan yang sesuai dengan kondisi lokal dan bersifat multi fungsi dan luwes.

Kelembagaan petani mempunyai fungsi sebagai wadah proses pembelajaran, wahana kerja sama, unit penyedia sarana dan prasarana produksi, unit produksi, unit pengolahan dan pemasaran, serta unit jasa penunjang.

Dalam masalah perekonomian, kelembagaan petani berfungsi untuk mengatur masalah hubungan antar

pelaku ekonomi dan meningkatkan produktivitas ekonomi semaksimal mungkin serta mengatur masalah distribusi serta konsumsi barang dan jasa yang dibutuhkan bagi kelangsungan hidup manusia

3.6 Permasalahan Kelembagaan Pertanian

Kelembagaan petani di desa umumnya tidak berjalan dengan baik. Beberapa penelitian (Zuraida dan Rizal, 1993; Agustian, *dkk*, 2003; Syahyuti, 2003; Purwanto, *dkk*, 2007; Dimiyati, 2007) telah menguraikan beberapa penyebab tidak berfungsinya kelembagaan petani tersebut, antara lain:

1. Masih minimnya wawasan dan pengetahuan petani terhadap masalah manajemen produksi maupun jaringan pemasaran.
2. Belum terlibatnya secara utuh petani dalam kegiatan agribisnis. Aktivitas petani masih terfokus pada kegiatan produksi (*on farm*).
3. Peran dan fungsi kelembagaan petani sebagai wadah organisasi petani belum berjalan secara optimal.
4. Kelompok tani pada umumnya dibentuk berdasarkan kepentingan teknis untuk memudahkan pengkoordinasian apabila ada kegiatan atau program pemerintah, sehingga lebih bersifat orientasi program, dan kurang menjamin kemandirian kelompok dan keberlanjutan kelompok.
5. Partisipasi dan kekompakan anggota kelompok dalam kegiatan kelompok masih relatif rendah, ini tercermin dari tingkat kehadiran anggota dalam pertemuan kelompok rendah.
6. Pengelolaan kegiatan produktif anggota kelompok bersifat individu. Kelompok sebagai forum kegiatan bersama belum mampu menjadi wadah pemersatu kegiatan anggota dan pengikat kebutuhan anggota secara bersama, sehingga

kegiatan produktif individu lebih menonjol. Kegiatan atau usaha produktif anggota kelompok dihadapkan pada masalah kesulitan permodalan, ketidakstabilan harga dan jalur pemasaran yang terbatas.

7. Pembentukan dan pengembangan kelembagaan tidak menggunakan basis *social capital* setempat dengan prinsip kemandirian lokal, yang dicapai melalui prinsip keotonomian dan pemberdayaan.
8. Pembentukan dan pengembangan kelembagaan berdasarkan konsep cetak biru yang seragam. Introduksi kelembagaan dari luar kurang memperhatikan struktur dan jaringan kelembagaan lokal yang telah ada, serta kekhasan ekonomi, sosial, dan politik yang berjalan.
9. Pembentukan dan pengembangan kelembagaan berdasarkan pendekatan yang top down, menyebabkan tidak tumbuhnya partisipasi masyarakat.
10. Kelembagaan-kelembagaan yang dibangun terbatas hanya untuk memperkuat ikatan horizontal, bukan ikatan vertikal. Anggota suatu kelembagaan terdiri atas orang-orang dengan jenis aktivitas yang sama. Tujuannya agar terjalin Kerjasama yang pada tahap selanjutnya diharapkan daya tawar mereka meningkat. Untuk ikatan vertikal diserahkan kepada mekanisme pasar, dimana otoritas pemerintah sulit menjangkaunya.
11. Meskipun kelembagaan sudah dibentuk, namun pembinaan yang dijalankan cenderung individual, yaitu hanya kepada pengurus. Pembinaan kepada kontaktani memang lebih murah, namun pendekatan ini tidak mengajarkan bagaimana meningkatkan kinerja kelompok misalnya, karena tidak ada *social learning approach*.

12. Pengembangan kelembagaan selalu menggunakan jalur struktural, dan lemah dari pengembangan aspek kulturalnya. Struktural organisasi dibangun lebih dahulu, namun tidak diikuti oleh pengembangan aspek kulturalnya. Sikap berorganisasi belum tumbuh pada diri pengurus dan anggotanya, meskipun wadahnya sudah tersedia.
13. Permasalahan yang dihadapi petani pada umumnya adalah lemah dalam hal permodalan. Akibatnya tingkat penggunaan saprodi rendah, inefisien skala usaha karena umumnya berlahan sempit, dan karena terdesak masalah keuangan posisi tawar ketika panen lemah. Selain itu produk yang dihasilkan petani relatif berkualitas rendah, karena umumnya budaya petani di pedesaan dalam melakukan praktek pertanian masih berorientasi pada pemenuhan kebutuhan keluarga (subsisten), dan belum berorientasi pasar. Selain masalah internal petani tersebut, ketersediaan faktor pendukung seperti infrastruktur, lembaga ekonomi pedesaan, intensitas penyuluhan, dan kebijakan pemerintah sangat diperlukan, guna mendorong usahatani dan meningkatkan akses petani terhadap pasar (Saragih, 2002).

3.7 Upaya Penguatan Kelembagaan Pertanian

Beberapa upaya penguatan kelembagaan pertanian yang perlu dilakukan antara lain :

1. mendorong dan membimbing petani agar mampu bekerjasama di bidang ekonomi secara berkelompok,
2. menumbuh-kembangkan kelompok tani melalui peningkatan fasilitasi bantuan dan akses permodalan, posisi tawar, peningkatan fasilitasi dan pembinaan kepada

organisasi kelompok, dan peningkatan efisiensi dan efektivitas usahatani, serta

3. meningkatkan kapasitas SDM petani melalui berbagai kegiatan pendampingan dan latihan yang dirancang secara khusus bagi pengurus dan anggota.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, A.; Supena, F.; Syahyuti; dan E. Ariningsih. 2003. Studi Baseline Program PHT Perkebunan Rakyat Lada di Bangka Belitung dan Lampung. Laporan Penelitian. Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian. Bogor.
- Arifin, Bustanul. (2004). Analisis Ekonomi Pertanian Di Indonesia. Penerbit Kompas, Jakarta.
- Dimiyanti, A., dkk, 1991, Sumbangan Pemikiran Bagi Pembangunan Pertanian di Irian Jaya, Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian Departemen Pertanian. Jakarta.
- Fowler, Allan. 1992. *Prioritizing Institutional Development A New Role for NGO Centres for Study and Development*. Sustainable Agricultural Programme Gate Keeper Series SA. 35 11ED, London.
- Hermanto, Hasnelly, Suwardih, I. A. Fachrista, Fajri, Nuraini, Minas, A. Wirastrri, A. Phoppy, M, D.Pertiwi, Issukindarsyah, M. Sarwendah, Sugito, Agung, R. Maya. 2009. Identifikasi dan Rancang Bangun Pengembangan Ternak Sapi Terpadu di Kabupaten Bangka Tengah. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian Kementerian Pertanian dan Pemerintah Kabupaten Bangka Tengah.
- Hermanto. 2007. Rancangan Kelembagaan Tani dalam Implementasi Prima Tani di Sumatera Selatan. Jurnal AKP 5(2):110-125, Juni 2007. Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. Bogor.
- Khomah, Isti (2010). Kelembagaan Ekonomi Pertanian di Indonesia. Bahan Ajar Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian UNS.
- Prihatinah (2009). Analisis Peningkatan Produktivitas Pertanian Tanaman Pangan Dan Pengaruhnya Terhadap Pengembangan Wilayah Di Kabupaten Serdang Bedagai. Tesis. Sekolah Pascasarjana Universitas Sumatera Utara Medan
- Purwanto; Mat Syukur; dan Pudji Santoso, 2007. Penguatan Kelembagaan Kelompok Tani Dalam Mendukung Pembangunan Pertanian Di Jawa Timur. Balai Pengkajian

- Teknologi Pertanian. Malang. Jawa Timur. artford. Kumarian Press. Washington DC. USA.
- Ruttan dan Hayami. 1984. Dilema Ekonomi Desa: Suatu Pendekatan Ekonomi Terhadap Perubahan Kelembagaan di Asia. Yayasan Obor Indonesia. Jakarta.
- Sitanggang, Hendrik (2020). Peran Lembaga Sumber Masyarakat Dalam Penguatan Kelompok Tani. Tesis. Universitas Sumatera Utara.
- Suradisastra, K. 2008. Strategi Pemberdayaan Kelambagaan Petani. Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian.
- Syahyuti, 2003. Bedah Konsep Kelembagaan : Strategi Pengembangan dan Penerapannya dalam Penelitian Pertanian. Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian. Bogor.
- Uphoff Norman, 1986. Local Institution Development ; An Analytical sourcebook. West H
- Zuraida, D dan J. Rizal (ed), 1993. Masyarakat dan Manusia dalam Pembangunan : Pokok-Pokok Pemikiran Selo Soemardjan. Pustaka Sinar Harapan. Jakarta.

BAB 4

TEORI PRODUKSI PERTANIAN

Oleh Dr. Ismiasih, S,TP., M.Sc

4.1 Pendahuluan

Sektor pertanian memiliki peranan yang cukup penting sebagai penyedia bahan pangan. Dalam menciptakan suatu produk memerlukan serangkaian proses yang saling berkaitan, mulai dari penyediaan input, proses, sampai dihasilkan suatu produk tertentu. Berbagai macam faktor produksi dan sarana dibutuhkan selama proses produksi untuk menghasilkan produk yang dikehendaki (Arifin, 2015). Oleh karena itu petani sebagai manajer sekaligus pelaku usahatani haruslah memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai untuk menggunakan berbagai faktor produksi sehingga mampu mempengaruhi peningkatan produksi dan produktivitas hasil usaha yang dicapainya.

Usahatani (*farming*) merupakan ilmu yang mempelajari berbagai cara yang digunakan oleh petani dalam menggunakan berbagai macam sumber daya yang ada secara efektif dan efisien dan berkelanjutan (Shinta, 2011). Usahatani merupakan bagian terpenting pertanian yang mencakup sekumpulan aktifitas petani dalam berbudidaya suatu jenis tanaman tertentu (Andayani, 2012). Kegiatan ini dimaksudkan supaya hasil produksi yang dicapai oleh petani mampu memberikan keuntungan yang maksimal pada waktu tertentu. Usaha dikatakan efektif apabila dapat memilih dan mengambil keputusan yang tepat terhadap sumber daya yang tersedia. Sedangkan efisien apabila petani mampu mengelola faktor produksi yang tersedia secara optimal sehingga hasil yang diperoleh bisa maksimal. Sumber daya yang dimaksudkan disini adalah berkaitan dengan tanah, tenaga kerja, modal, dan mesin serta peralatan.

Setiap kegiatan usahatani dengan tujuan untuk memperoleh hasil yang optimal tentunya dibutuhkan suatu perencanaan yang

tepat. Petani akan memulai kegiatannya dengan menetapkan perencanaan terlebih dahulu sehingga hasil (*output*) yang diperoleh bisa efektif dan efisien. Hal ini bertujuan agar keuntungan yang didapat bisa maksimal dan di sisi lain biaya yang dikeluarkan bisa minimal. Perencanaan adalah kegiatan membuat pilihan dan pengambilan keputusan yang paling menguntungkan dari berbagai macam alternatif yang memungkinkan. Alternatif yang dipilih kemudian menjadi perencanaan untuk tahun ini, tahun yang akan datang atau 5-10 tahun kemudian. Semuanya merupakan prosedur perencanaan yang diimplementasikan untuk jangka pendek dan jangka panjang. Perencanaan usahatani merupakan salah satu tahapan dalam fungsi manajemen dan merupakan aktifitas yang harus diterapkan oleh petani sebelum dimulainya kegiatan, waktu proses kegiatan sampai di akhir kegiatan dengan memadukan segala potensi sumber daya yang dimiliki dengan tujuan untuk mendapatkan hasil yang maksimal (Arifin, 2015).

Perencanaan pada dasarnya menggambarkan cara mengkombinasikan atau mengorganisasikan berbagai sumber masukan (*input*) untuk memproduksi hasil (*output*) pertanian yang diinginkan. Seperti lahan, tenaga kerja, dan modal tidak secara otomatis memproduksi padi, cabe, sawit, karet, kapas atau produk lainnya. Sumber-sumber masukan tersebut harus dikelola secara efektif dalam kombinasi yang tepat, jumlah yang sesuai dan waktu yang tepat untuk dapat memproduksi hasil seperti yang diinginkan. Seorang petani atau manager pertanian memerlukan prinsip dasar dan aturan ekonomi yang tepat untuk membuat keputusan terhadap kegiatan yang akan diterapkan. Setiap pengambilan keputusan dalam kaitannya dengan optimasi, maka seorang petani akan berprinsip pada hal berikut ini :

- a. Memanfaatkan sumber daya yang terbatas dengan aktifitas yang optimal agar memperoleh keuntungan (*profit*) yang maksimum.
- b. Memaximumkan hasil (*output*) sementara ketersediaan masukan (*input*) dalam kondisi yang tetap.
- c. Meminimumkan penggunaan masukan (*input*) pada kondisi hasil (*output*) yang tetap.

Menurut Soekartawi dalam Shinta, (2011) bahwa tersedianya sumber daya yang memadai belum tentu produktivitas usahatani yang dicapai akan tinggi. Hal ini tergantung dari cara petani dalam mengelola usahatannya secara efektif dan efisien. Konsep efisiensi memiliki tiga pengertian, yaitu : 1) Efisiensi teknis, 2) efisiensi alokatif (efisiensi harga), dan 3) efisiensi ekonomis (Gunawan, Suroto and Nugroho, 2020 ; Yoko, Syaikat dan Fariyanti, 2017). Kemampuan petani dalam memperoleh output maksimum dari sejumlah input tertentu disebut dengan efisiensi teknis. Produksi yang diperoleh akan maksimal jika faktor produksi mampu dialokasikan oleh petani secara optimal. Misalnya lahan yang tersedia mampu diolah petani dengan membudidayakan suatu jenis tanaman tertentu dengan tepat sehingga produktivitas yang diperoleh bisa optimum.

Efisiensi alokatif atau efisiensi harga merupakan gambaran mengenai kemampuan petani dalam mengalokasikan sumber daya yang tersedia dengan komposisi yang tepat pada berbagai tingkatan harga input untuk memperoleh keuntungan yang maksimal. Hal ini bisa ditempuh oleh petani dengan cara meminimumkan harga pembelian faktor produksi dan meningkatkan harga penjualan disisi outputnya. Sementara efisiensi ekonomis dapat dicapai jika petani mampu meningkatkan produksi dengan menekan biaya pengeluaran pada input produksinya dan menaikkan harga pada sisi penjualannya. Efisiensi ekonomis pada dasarnya hasil perkalian antara efisiensi teknis dan efisiensi harga. Secara sederhananya efisiensi ekonomi dapat dicapai dari paramater maksimum profit dan minimum biaya.

Dengan demikian maka peningkatan produktivitas usahatani dapat tercapai jika petani mampu mengalokasikan faktor produksi berdasarkan prinsip efisiensi teknis dan efisiensi harga. Persoalannya apabila petani selaku pelaku usahatani tidak memiliki keahlian dan kemampuan dalam mengalokasikan sumber daya yang tersedia secara efektif dan

efisien maka keuntungan, pendapatan dan produksi yang seharusnya diperoleh tidak akan mungkin dapat tercapai.

4.2 Konsep Produksi

4.2.1. Teori Produksi

Produksi dapat dinyatakan sebagai seperangkat cara dan aktifitas dalam menghasilkan suatu produk. Menurut Rahim, Supardi dan Hastuti, (2012), produksi merupakan kegiatan yang diukur sebagai tingkat output per unit pada periode waktu tertentu. Semua aktifitas yang memiliki tujuan untuk menciptakan atau menambah nilai kegunaan suatu barang dalam kaitannya untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan manusia disebut sebagai produksi (Arifin, 2015). Produksi dalam pengertian operasional adalah proses yang melibatkan satu atau lebih barang dan jasa yang kemudian disebut sebagai input dirubah menjadi barang dan jasa yang disebut output. Produksi menurut Gunawan, Suroto dan Nugroho, (2020) dijelaskan sebagai hubungan antara input atau faktor-faktor produksi dengan output atau hasil produksi.

Selama proses produksi terdapat banyak jenis aktifitas yang terlibat didalamnya karena ada perubahan bentuk, waktu dan tempat penggunaan hasil-hasil produksi. Setiap perubahan yang terjadi akan mempengaruhi pada penggunaan input untuk menghasilkan output yang diinginkan. Proses produksi merupakan aktivitas untuk menghasilkan barang atau jasa. Antara input atau faktor produksi dengan hasil produksi terdapat hubungan yang saling berkaitan. Arifin, (2015), menjelaskan bahwa ketersediaan bahan produksi akan mempengaruhi pada kegiatan produksi yang akan berjalan, karena tanpa ada bahan produksi maka produksi tidak akan dapat dilakukan. Dalam proses produksi dibutuhkan aktifitas yang tepat di antara beberapa kemungkinan alternatif kegiatan yang dapat dilakukan. Sehingga petani sebagai pelaku dalam kegiatan usahatani harus dapat menyiapkan segala aktifitasnya dengan tepat, mulai dari proses pengadaan sarana

produksi, persiapan lahan, pembibitan, penanaman, perawatan, pemupukan, dan pemanenan.

Sumber daya alam, tanah, tenaga kerja, modal, mesin dan teknologi serta metode merupakan faktor produksi yang berperan penting dalam mendukung peningkatan hasil pertanian. Namun ada pendapat lain yang menyebutkan bahwa manajemen dimasukkan sebagai faktor produksi usahatani meskipun secara tidak langsung. Manajemen dalam hal ini merupakan faktor manajerial yang melekat pada individu petani. Manajemen bisa dikatakan sebagai sumber daya yang turut berperan penting dalam menentukan keberhasilan kegiatan usahatani. Hasibuan, (2019) menjelaskan bahwa manajemen ialah seni dan ilmu dalam mengelola proses pemanfaatan alam, manusia dan sumber daya lainnya agar berdaya guna untuk hasil yang optimal. Manajemen mengandung arti kemampuan manusia dalam mengelola atau mengkombinasikan semua faktor produksi yang tersedia dalam waktu tertentu untuk mendapatkan hasil yang diinginkan. Dalam mengelola faktor produksi diperlukan tahapan fungsi manajemen yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengendalian. Faktor manajemen disini dapat dipengaruhi oleh tingkat pendidikan, pengalaman berusahatani, dan keterlibatan petani dalam kelembagaan seperti kelompok tani, gabungan kelompok tani atau koperasi tani.

Kemampuan petani dalam kegiatan pertanian untuk merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan dan mengawasi faktor produksi yang dimilikinya akan mempengaruhi pada keberhasilan usahatannya. Jika seorang petani terampil dan ahli dalam mengelola faktor produksi yang dimilikinya maka hasil usahatannya akan semakin baik, dan jika petani tidak mampu mengatur faktor produksi dengan tepat maka hasil yang diperoleh bisa kemungkinan akan mengalami kerugian.

Teori produksi menjelaskan hubungan di antara faktor produksi dengan tingkat produksi yang diciptakan. Teori produksi dapat dijelaskan dalam bentuk fungsi produksi dan tingkat produksi yang diciptakan. Faktor produksi sering disebut dengan input, dan jumlah produksi disebut output. Jumlah hasil produksi

ada yang menyebutkan dengan variabel tak bebas (*dependent variabel*) dan sejumlah faktor produksinya disebut sebagai variabel bebas (*independent variabel*). Hubungan kuantitatif antara input dan output disebut dengan fungsi produksi yaitu hubungan yang menjelaskan antara jumlah output yang mungkin diinginkan dengan penggunaan input tertentu yang dikombinasikan secara khusus.

Fungsi produksi merupakan hubungan sebab akibat atau hubungan fungsional antara input dengan output. Dalam hal ini input sebagai sebab dan output sebagai akibat. Secara matematika fungsi produksi dirumuskan dalam model sebagai berikut :

$$Y = f (X_1, X_2, X_3, \dots, X_i)$$

Keterangan :

Y = hasil produksi fisik (output)

$X_1 \dots X_i$ = faktor-faktor produksi (input) yang digunakan dalam proses produksi dengan $i = 1, 2, 3, \dots$ dst

f = dibaca fungsi dari (Rivanda, Nahraeni dan Yusdiarti, 2015)

Berdasarkan persamaan fungsi produksi tersebut dapat dilihat bahwa input akan mempengaruhi output dari suatu produksi. Bentuk hubungan yang terjadi antara input dan output dapat diduga dengan menggunakan analisis fungsi produksi (Puruhito *et al.*, 2019). Jumlah produksi yang dihasilkan dipengaruhi oleh sejumlah faktor produksi tertentu yang dialokasikan, sehingga fungsi produksi memberikan penjelasan tentang jumlah output yang mungkin diharapkan dari kombinasi sejumlah input yang digunakan melalui metode tertentu. Setiap produk yang dihasilkan dari proses produksi pada dasarnya dipengaruhi oleh macam input atau jenis input yang digunakan. Misalnya jika lahan yang dimiliki oleh petani semakin luas maka akan produktivitas yang diperoleh akan semakin meningkat. Dan jika luas lahan semakin sempit atau kecil maka produktivitas yang dihasilkan akan semakin menurun. Adanya perubahan pada input yang digunakan maka akan mempengaruhi pada output yang dihasilkan. Hubungan antara input dan output dalam fungsi

produksi dapat dikelompokkan ke dalam tiga hal yaitu (Arifin, 2015):

1. *Increasing Return*

Yaitu penambahan pada satu satuan input yang menyebabkan peningkatan output dengan kenaikan hasil yang tidak proporsional atau hubungan kenaikan hasil yang senantiasa bertambah. Misalnya, penambahan pupuk pada tahap awal akan berpengaruh terhadap hasil produksi yang semakin meningkat.

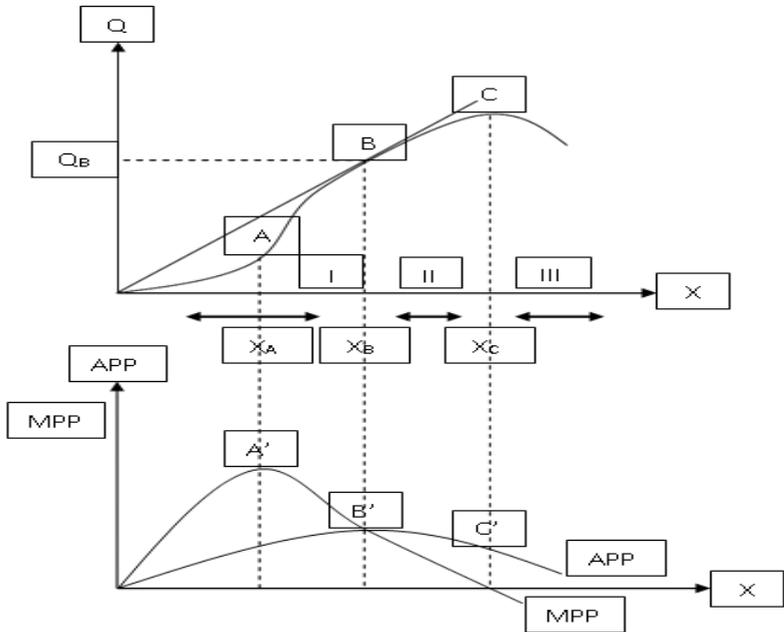
2. *Constant Return*

yaitu penambahan satu satuan unit input yang menyebabkan peningkatan output sebesar satu-satuan atau hubungan kenaikan hasil yang sifatnya konstan atau tetap. Misalnya penambahan satu unit tenaga kerja akan berpengaruh terhadap penambahan output sebesar satu-satuan.

3. *Decreasing Return*

Yaitu penambahan satu-satuan unit input yang menyebabkan peningkatan output yang semakin berkurang atau hubungan kenaikan hasil yang semakin menurun. Misalnya, penggunaan pestisida yang terus menerus pada awalnya akan meningkatkan hasil produksi akan tetapi lama kelamaan hasil produksi akan menurun.

Hubungan antara variabel input dengan output dapat dijelaskan oleh persamaan fungsi produksi neoklasik. Model persamaan tersebut mengikuti hukum *the law of the diminishing return* atau kenaikan hasil yang semakin berkurang. Artinya ketika ada tambahan satu satuan unit input secara terus menerus, hasil produksi akan naik tetapi kenaikannya semakin lama akan semakin berkurang (Suratiyah, 2015).



Gambar 4. Grafik hubungan antara faktor produksi dengan jumlah produk

Sumber : (Suratiyah, 2015; Arifin, 2015)

Keterangan :

Q = Tingkat produksi

X = Input

Q_B = Tingkat produksi pada penggunaan faktor produksi A
= Titik belok (*inflection point*)

B-B' = Rata-rata produksi maksimum (APP maks)

C = Total produksi maksimum (TP maks)

A' = Marginal produk maksimum (MPP maks)

C' = Marginal produksi sama dengan nol (MPP = 0)

I & III = Daerah *irasional*

II = Daerah *rasional*

Berdasar Gambar 4. fungsi produksi tersebut maka dapat dikelompokkan menjadi 3 daerah, yaitu daerah 1 (stage 1), daerah II (stage II), dan daerah III (stage III). Pengelompokan tersebut terkait dengan konsep elastisitas produksi. Elastisitas produksi

menurut Suratiyah, (2015) adalah perbandingan antara perubahan produksi dengan perubahan input secara relatif. Pembagian daerah dalam fungsi produksi dapat dijelaskan sebagai berikut (Arifin, 2015):

1. Daerah I (*stage I*), berada di sebelah kiri titik AP maksimum, merupakan daerah tidak rasional (*irrational*), karena pada daerah ini penambahan faktor input sebesar 1% akan menyebabkan penambahan output yang selalu lebih besar dari 1%. Pada daerah ini elastisitas produksi (E_p) > 1 , sehingga pendapatan yang dicapai dalam daerah ini belum maksimum.
2. Daerah II, berada di antara AP maksimum dan MP = 0 (nol), merupakan daerah rasional (*rational*) karena penambahan input sebesar 1% akan menyebabkan penambahan output paling tinggi sama dengan 1% dan paling rendah nol persen. Pada daerah II elastisitas produksi (E_p) antara 1 dan 0, sehingga daerah ini pendapatan yang dicapai maksimum.
3. Daerah III, berada di sebelah kanan MP=0 (nol), merupakan daerah tidak rasional (*irrational*), karena penambahan input akan menyebabkan penurunan output. Pada daerah III, elastisitas produksi (E_p) < 0 , sehingga pada daerah ini pendapatan yang dicapai menurun.

Hubungan antara TPP (*total physical product*) atau TP (total produksi), APP (*average physical produk*) atau PR (rata-rata produk) (PR) dan PM (produk marginal) atau MPP (*marginal physical product*) dapat dilihat pada penjelasan berikut (Hastuti, 2017) :

1. Kurva TPP adalah kurva yang menggambarkan produksi total pada berbagai tingkat penggunaan variabel input (input-input lain dianggap tetap). Berikut ini adalah persamaan untuk kurva TPP :

$$TPP = f (X_i) \text{ atau } Q = f (X_i)$$

2. Kurva APP adalah kurva yang menggambarkan produksi per kesatuan input atau rata-rata output yang dihasilkan

per unit faktor produksi. Berikut ini adalah persamaan untuk kurva APP :

$$APP = \frac{TPP}{X_i} = \frac{Q}{X_i} = \frac{f(X_i)}{X_i}$$

3. Kurva MPP adalah kurva yang menggambarkan tambahan produksi per kesatuan tambahan input atau kenaikan (tambahan) dari TPP, yaitu ∂TPP atau ∂Q yang disebabkan penggunaan tambahan 1 (satu) unit input variabel. Berikut ini adalah persamaan untuk kurva MPP :

$$MPP = \frac{\partial TPP}{X_i} = \frac{\partial Q}{X_i} = \frac{\partial f(X_i)}{X_i}$$

Dalam teori matematika kurva TP akan maksimum jika turunan pertama dari persamaan fungsi produksi nilainya sama dengan nol. Turunan pertama TP sama dengan MP, sehingga TP maksimum terjadi pada saat MP = 0 (nol). Kurva AP akan maksimum bila turunan pertama dari fungsi AP adalah 0 (AP = 0). Dapat dijelaskan bahwa AP maksimum tercapai pada saat AP = MP, dan AP akan memotong MP pada saat kurva AP mencapai maksimum.

4.2.2. Produk Marginal

Produktivitas dapat digunakan sebagai parameter untuk mengukur efisiensi dari produksi yang diperoleh. Dalam kurva fungsi produksi produktivitas dapat digambarkan dari *marginal product* atau produk marginal (MP). Produk marginal adalah tambahan produksi yang diperoleh sebagai akibat dari adanya tambahan jumlah faktor produksi yang digunakan (Gunawan, Suroto and Nugroho, 2020). Produk marginal disebutkan oleh Arifin, (2015) sebagai tambahan output atau hasil produksi yang disebabkan karena adanya tambahan satu unit input. Contohnya adalah dengan adanya tambahan tenaga kerja pada proses

produksi maka menyebabkan adanya tambahan pada produksi yang dihasilkan.

Hubungan input (X) dan output (Y) dapat dibedakan menjadi tiga macam (Arifin, 2015):

- a. Produk marginal konstan yaitu adanya tambahan setiap unit input (X) dapat menyebabkan tambahan satu satuan unit output secara proporsional.
- b. Produk marginal menurun yaitu adanya tambahan satu satuan unit input (X), yang menyebabkan penurunan (*decreasing productivity*) satu satuan unit output (Y). Kondisi ini bisa terjadi pada kekuatan usaha pertanian, misalnya dengan adanya penambahan pupuk urea secara terus menerus akan menyebabkan berkurangnya produksi padi yang dihasilkan. Hal ini disebut dengan peristiwa *diminishing returns* atau *diminishing productivity* atau dikenal dengan hukum *kenaikan hasil yang semakin berkurang*. Sifat penambahan produksi tersebut menyebabkan kenaikan produksi total yang melambat dan akhirnya mencapai titik yang maksimal dan kemudian menurun.
- c. Produk marginal menaik yaitu adanya penambahan pada satu satuan unit input (X) yang menyebabkan kenaikan pada output (Y) yang semakin menaik secara tidak proporsional. Kondisi ini disebut dengan *increasing productivity* atau produktivitas yang menaik.

DAFTAR PUSTAKA

- Andayani, T. K. (2012) 'Pengantar Ekonomi Pertanian: Fundamental Ekonomi dan Sistem Perekonomian', p. 71.
- Arifin (2015) *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Edisi ke 3. Bandung: Mujahid Press.
- Gunawan, C. I., Suroto, K. S. and Nugroho, A. P. (2020) *Sosial Ekonomi Pertanian*.
- Hasibuan, M. (2019) *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revi. Bumi Aksara.
- Hastuti, D. R. D. (2017) *Ekonomi Agribisnis*.
- Puruhito, D. D. *et al.* (2019) 'Faktor Penentu Produksi pada Perkebunan Rakyat Kelapa Sawit di Kabupaten Mamuju Utara', *Jurnal Teknosains*, 9(1), p. 58. doi: 10.22146/teknosains.38914.
- Rahim, A., Supardi, S. and Hastuti, D. R. D. (2012) *Model Analisis Ekonomi Pertanian*.
- Rivanda, D. R., Nahraeni, W. and Yusdiarti, A. (2015) 'Analisis Efisiensi Teknis Usahatani Padi Sawah', *Jurnal Agribisains*, 1(1), pp. 1–13. doi: 10.30997/jagi.v1i1.140.
- Shinta, A. (2011) *Ilmu Usaha Tani, Ilmu Usahatani*. Jawa Timur: Universitas Brawijaya Press.
- Suratijah, K. (2015) *Ilmu Usaha Tani*. Penebar Swadaya.
- Yoko, B., Syaikat, Y. and Fariyanti, A. (2017) 'Analisis Efisiensi Usahatani Padi di Kabupaten Lampung Tengah', *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 2(2), p. 127. doi: 10.29244/jai.2014.2.2.127-140.

BAB 5

BIAYA PRODUKSI PERTANIAN

Oleh Yusmia Widiastuti, SP, MM

Setiap melakukan kegiatan atau usaha, setiap orang atau kelompok pasti membutuhkan biaya untuk memproduksi barang yang dihasilkannya, termasuk petani. Biaya produksi yang dikeluarkan oleh petani digunakan untuk proses produksi usaha tani serta membawanya sehingga menjadi suatu produk.

Biaya produksi yang dikeluarkan petani selama kegiatan pertanian meliputi pembelian alat, bahan tanam, dan biaya pemeliharaan. Contoh biaya-biaya perawatan tanaman, antara lain untuk membeli pestisida dan pupuk sehingga meningkatkan kualitas tanaman yang diproduksi. Dalam kegiatan produksi, mulai dari awal menanam hasil panen yang dihasilkan petani sampai dengan panen, membutuhkan biaya yang disebut dengan upah tenaga kerja. Banyaknya uang yang dibutuhkan untuk melakukan kegiatan produksi, mengakibatkan petani merawat tanaman yang mereka hasilkan untuk mengurangi biaya produksi dan meningkatkan pendapatan mereka.

5.1 Definisi Biaya Produksi

Biaya produksi dapat diartikan sebagai biaya yang digunakan dalam proses produksi, yang terdiri dari bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Biaya produksi ini juga dikenal sebagai biaya produk. Artinya, biaya yang dapat dibebankan pada suatu produk jika biaya tersebut merupakan bagian dari persediaan.

Menurut Riwayadi (2006), biaya produksi adalah biaya yang terjadi pada fungsi produksi, di mana fungsi produksi merupakan fungsi yang mengolah bahan baku menjadi barang jadi. Sementara Pinasih (2005) menyatakan bahwa biaya produksi adalah biaya yang berhubungan langsung dengan produksi dari suatu proses dan akan dipertemukan dengan penghasilan diperoleh produk

untuk dijual. Biaya produksi menurut Firdaus dan Wasilah (2009) merupakan biaya yang terjadi sehubungan dengan kegiatan manufaktur atau memproduksi suatu barang terdiri atas bahan langsung, tenaga kerja langsung, dan *overhead* pabrik. Mulyadi (1999) sendiri menyatakan bahwa 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 bagian-bagian, baik langsung maupun tidak langsung berhubungan dengan proses produksi

5.2 Jenis Biaya Produksi

Terdapat 7 jenis biaya tetap yang didefinisikan dalam buku ini, yaitu :

1. Biaya Tetap Total (*Total Fixed Cost*)
2. Biaya Variabel Total (*Total Variable Cost*)
3. Biaya Total (*Total Cost*)
4. Biaya Tetap Rata-Rata (*Average Fixed Cost*)
5. Biaya Variabel Rata-Rata (*Average Variable Cost*)
6. Biaya Total Rata-Rata (*Average Total Cost*)
7. Biaya Marginal (*Marginal Cost*)

5.2.1 Biaya Tetap Total (*Total Fixed Cost*)

Dalam ilmu ekonomi, biaya tetap adalah biaya operasi yang tidak bergantung pada jumlah barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan. Ini berbeda dengan biaya variabel yang berhubungan dengan kuantitas (dan dibayar untuk setiap barang/jasa yang diproduksi). Membeli lahan, mendirikan bangunan adalah contoh dari faktor produksi yang dianggap tidak mengalami perubahan dalam jangka pendek.

Biaya Tetap Total (*Total Fixed Cost, TFC*) juga merupakan biaya operasional yang tidak bergantung pada jumlah barang atau jasa yang dihasilkan. Biaya ini berhubungan dengan waktu, seperti upah dan pembayaran sewa bulanan. Sering disebut sebagai biaya

tambahan. Hal ini berbeda dengan biaya variabel yang berhubungan dengan kuantitas (dan juga dibayar untuk barang/jasa yang dihasilkan).

Untuk gambaran tentang Biaya Tetap Total, dapat diilustrasikan pada tabel di bawah ini :

Tabel 3. Biaya Tetap Total

| Jumlah Tenaga Kerja | Jumlah Produksi (dalam ton) | Biaya Tetap Total (Biaya Beli Tanah, dalam juta Rupiah) |
|----------------------------|------------------------------------|--|
| 0 | 0 | 45 |
| 1 | 2 | 45 |
| 2 | 6 | 45 |
| 3 | 14 | 45 |
| 4 | 22 | 45 |
| 5 | 28 | 45 |
| 6 | 35 | 45 |
| 7 | 40 | 45 |
| 8 | 44 | 45 |
| 9 | 46 | 45 |
| 10 | 48 | 45 |
| 11 | 50 | 45 |

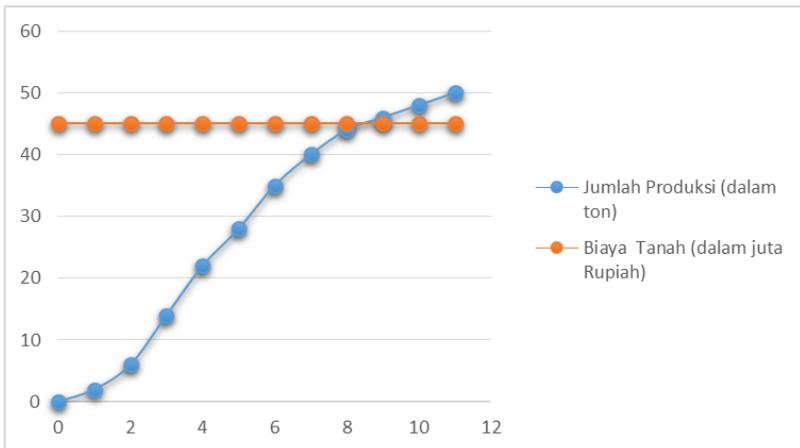
Sumber : Data Pribadi

Beberapa hal dapat disimpulkan dari tabel di atas. Singkatnya, biaya tetap total adalah biaya yang harus ditanggung petani, terlepas dari apakah mereka melakukan proses produksi atau tidak. Sebagai contoh, tabel ini menunjukkan bahwa petani telah memiliki tanah senilai Rp 45.000.000. Setelah itu, petani memutuskan apakah akan menjalankan bisnis dan mengeluarkan biaya pembelian tanah.

Hal berikutnya yang perlu diperhatikan pada tabel di atas adalah bahwa biaya tetap tidak mengubah tingkat biaya berapa pun output yang dihasilkan, kecuali penggunaan input tersebut melebihi

kapasitas atau kapasitas input tersebut. Bahkan jika lahan tidak beroperasi, biayanya adalah Rp 45.000.000. Dan pertanian juga tetap bernilai Rp 45.000.000 jika bekerja berkali-kali diusahakan.

Sebagai gambaran, kurva Biaya Tetap Total dapat dilihat pada gambar 5. berikut ini.



Gambar 5. Kurva Biaya Tetap Total
(Sumber : Pengolahan data pribadi)

Kurva biaya tetap total yang berwarna oranye berbentuk garis lurus dan horizontal. Artinya adalah biaya tetap total bersifat tetap tanpa dipengaruhi oleh jumlah produksi yang dihasilkan.. Bila petani tidak melakukan pengolahan lahan, maka biaya tetap total adalah tetap Rp 45.000.000. Bila petani melakukan pengolahan lahan, baik itu ingin menghasilkan kuantitas output sebesar 2 ton, 6 ton, atau bahkan 50 ton, besaran biaya tetap total masih sama sebesar Rp 45.000.000.

Biaya Tetap Total dapat dirumuskan sebagai :

$$TFC = TC - (TVC \times Q)$$

di mana :

TFC : *Total Fixed Cost* (Biaya Tetap Total)

TVC : *Total Variable Cost* (Biaya Variabel Total)

Q : *Quantity* (Kuantitas yang dihasilkan)

Contoh Soal :

Gapoktan Tani Terang menghabiskan biaya produksi sebesar Rp 500 juta pada bulan April 2022. Kuantitas produksi sebesar 25.000 kg dan biaya variabel Rp 10.000/produk. Berapa perhitungan biaya tetap?

Jawaban :

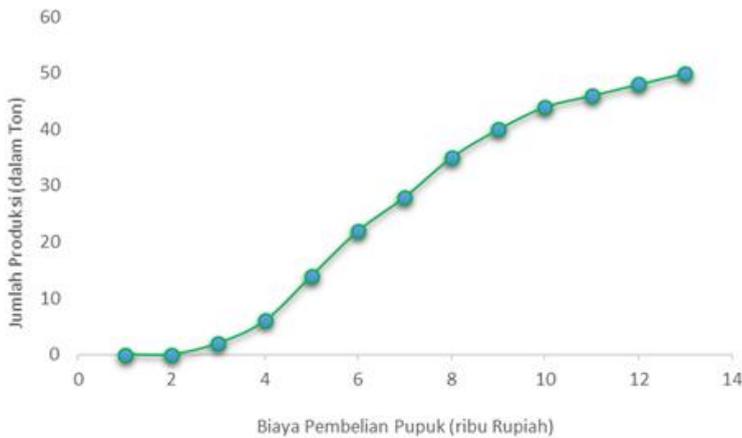
$$\begin{aligned} FC &= TC - (TVC \times Q) \\ &= \text{Rp } 500.000.000 - (25.000 \times 10.000) \\ &= \text{Rp } 500.000.000 - 250.000.000 \\ &= \text{Rp } 250.000.000 \end{aligned}$$

Jadi Biaya Tetap Gapoktan Tani Terang di bulan April 2022 adalah sebesar Rp 250.000.000

5.2.2 Biaya Variabel Total (*Total Variable Cost*)

Keseluruhan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh faktor produksi yang dapat diubah jumlahnya dinamakan Biaya Variabel Total (*Total Variable Cost*, TVC). Faktor produksi yang dapat berubah semisal adalah jumlah tenaga kerja. Setiap tenaga kerja diberi upah per hari Rp 80.000, sehingga apabila semakin banyak tenaga kerja yang dipekerjakan, maka biaya variabelnya juga akan semakin tinggi.

Pada kenyataannya, pemisahan biaya antara biaya tetap dan variabel tidak berlaku secara mutlak. Semisal dalam hal ini pupuk. Tingkat penggunaan tidak dapat diubah karena telah diterapkan. Jika petani itu memutuskan untuk tidak memproduksi, petani tidak bisa menjual kembali pupuk yang sudah terlanjur disebar. Sehingga biaya variabel juga diistilahkan sebagai *sunk cost*.



Gambar 6. Kurva Biaya Variabel Total
(Sumber : Pengolahan data pribadi)

Pada kurva biaya variabel total di atas, terlihat bahwa kurva biaya variabel total terus naik. Semakin besar kuantitas produk yang dihasilkan, maka semakin besar pula biaya variabel total yang dikeluarkan. Biaya variabel total terus meningkat seiring dengan peningkatan produksi. Semakin besar produksi yang dihasilkan, semakin besar biaya variabel yang diperlukan. Ketika biaya variabel meningkat, total biaya variabel meningkat

Rumus Biaya Variabel Total adalah :

$$TVC = \frac{TC - FC}{Q}$$

di mana :

TVC : *Total Variable Cost* (Biaya Variabel Total)

TC : *Total Cost* (Biaya Total)

FC : *Fixed Cost* (Biaya Tetap)

Q : *Quantity* (Kuantitas yang dihasilkan)

Contoh Soal

Per April 2022, Pak Ahmad mengeluarkan biaya produksi sebesar Rp 150 juta. Tagihan lebih dari *Fixed Cost* sebesar Rp 15 juta. Di

bulan tersebut, Pak Ahmad memproduksi 5.000 produksi. Berapa biaya variabelnya?

Jawaban

$$TVC = \frac{TC - FC}{Q} = \frac{150.000.000 - 15.000.000}{5.000} = 27.000$$

Jadi Biaya Variabel yang harus dikeluarkan Pak Ahmad pada bulan April 2022 adalah sebesar Rp 27.000 per unit per produk

5.2.3 Biaya Total (*Total Cost*)

Keseluruhan jumlah biaya produksi yang dikeluarkan dinamakan Biaya Total. Pada Tabel 4. terlihat biaya yang dikeluarkan oleh produsen pada berbagai jumlah Tenaga kerja yang digunakan. Biaya produksi total atau Biaya Total (*Total Cost*, TC) didapat dari menjumlahkan Biaya Tetap Total (*Total Fixed Cost*, TFC) dan Biaya Variabel Total (*Total Variable Cost*, TVC). Dengan demikian biaya total dapat dirumuskan dengan :

$$TC = TFC + TVC$$

di mana:

TC : Biaya Total (*Total Cost*)

TFC : Biaya Tetap Total (*Total Fixed Cost*)

TVC : Biaya Variabel Total (*Total Variable Cost*)

Tabel 4. Biaya Tetap Total, Biaya Variabel Total, dan Biaya Total

| Jumlah Tenaga Kerja | Jumlah Produksi | Biaya Tetap Total | Biaya Variabel Total | Biaya Total |
|---------------------|-----------------|-------------------|----------------------|-------------|
| 0 | 0 | 45 | 0 | 45 |
| 1 | 2 | 45 | 12 | 57 |
| 2 | 6 | 45 | 15 | 60 |
| 3 | 14 | 45 | 18 | 63 |
| 4 | 22 | 45 | 21 | 66 |
| 5 | 28 | 45 | 24 | 69 |
| 6 | 35 | 45 | 27 | 72 |

| Jumlah Tenaga Kerja | Jumlah Produksi | Biaya Tetap Total | Biaya Variabel Total | Biaya Total |
|---------------------|-----------------|-------------------|----------------------|-------------|
| 7 | 40 | 45 | 30 | 75 |
| 8 | 44 | 45 | 33 | 78 |
| 9 | 46 | 45 | 36 | 81 |
| 10 | 48 | 45 | 39 | 84 |
| 11 | 50 | 45 | 42 | 87 |

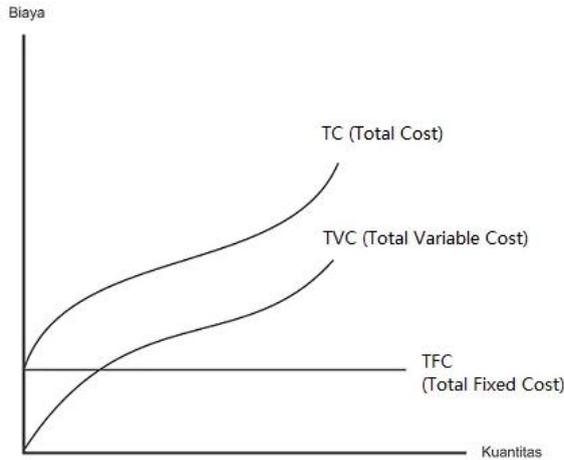
Sumber : Data Pribadi

Pada tabel 4. diketahui bahwa Biaya Tetap Total adalah sebesar 45 baik saat tidak berproduksi maupun saat berproduksi. Hal ini dikarenakan penggunaan input yang tetap. Ini berarti bahwa biaya penggunaan input tetap ini tetap sama.

Dalam Gambar 7. terdapat tiga jenis kurva , yaitu :

- Kurva TFC (kurva yang menggambarkan biaya tetap total)
- Kurva TVC (kurva yang menggambarkan biaya berubah total)
- Kurva TC (kurva yang menggambarkan biaya total)

Kurva TFC berbentuk lurus horizontal karena tidak mengalami perubahan nilai berapapun produksi yang dihasilkan. Sedangkan kurva TVC diawali di titik 0 dan kemudian semakin naik. Hal ini menggambarkan bahwa TVC akan bernilai 0 ketika tidak ada produksi dan TVC akan semakin naik, jika semakin besar produksi. Kurva TC merupakan hasil dari penjumlahan kurva TFC dan TVC, sehingga kurva TC dimulai dari pangkal TFC dan apabila ditarik garis tegak di antara TVC dan TC, maka panjang garis tersebut sama dengan jarak antara TFC dengan sumbu X.



Gambar 7. Kurva TC, TFC, TVC

5.2.4 Biaya Tetap Rata-Rata (*Average Fixed Cost*)

Apabila Biaya Tetap Total untuk memproduksi sejumlah barang tertentu (Q) dibagi dengan jumlah produksi tersebut, nilai yang diperoleh disebut dengan Biaya Tetap Rata-Rata (*Average Fixed Cost, AFC*). Dengan demikian, rumus untuk menghitung AFC adalah:

$$AFC = \frac{TFC}{Q}$$

di mana :

AFC : *Average Fixed Cost* (Biaya Tetap Rata-Rata)

TFC : *Total Fixed Cost* (Biaya Tetap Total)

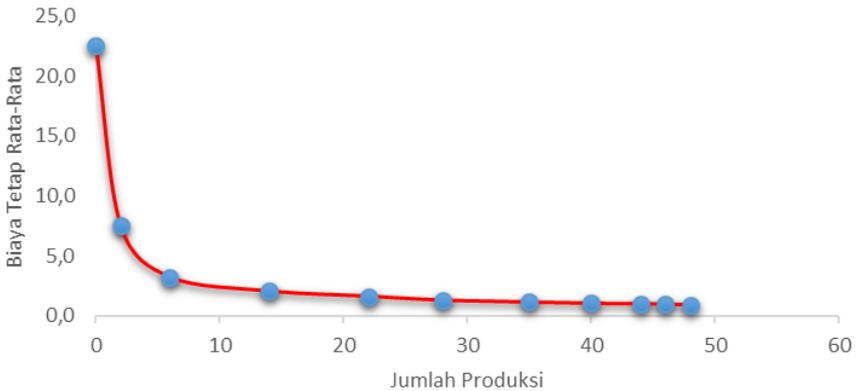
Q : *Quantity* (Kuantitas yang dihasilkan)

Dari rumus di atas, dapat diketahui bahwa apabila semakin besar produksi, maka semakin rendah biaya tetap rata-rata yang dihasilkan. Sehingga biaya tetap rata-rata juga disebut dengan *spreading overhead*.

Kurva biaya tetap rata-rata mempunyai *gradient* dari kiri atas turun ke kanan bawah. Namun, biaya tetap rata-rata tidak

pernah mencapai nol. Tidak peduli berapa banyak output yang dihasilkan, nilai biaya tetap rata-rata tidak pernah nol, hanya mendekati.

Kurva Biaya Tetap Rata-Rata dapat dilihat pada Gambar 8.



Gambar 8. Kurva Biaya Tetap Rata-Rata

5.2.5 Biaya Variabel Rata-Rata (*Average Variable Cost*)

Apabila TVC untuk memproduksi sejumlah barang (Q) dibagi dengan jumlah produksi tersebut, nilai yang diperoleh adalah Biaya Variabel Rata-Rata (*Average Variable Cost, AVC*). Biaya berubah rata-rata dihitung dengan rumus :

$$AVC = \frac{TVC}{Q}$$

di mana :

AVC : *Average Variable Cost* (Biaya Variabel Rata-Rata)

TVC : *Total Variable Cost* (Biaya Variabel Total)

Q : *Quantity* (Kuantitas yang dihasilkan)

5.2.6 Biaya Total Rata-Rata (*Average Total Cost*)

Apabila Biaya Total (TC) untuk memproduksi sejumlah barang tertentu (Q) dibagi dengan jumlah produksi tersebut, nilai yang diperoleh adalah biaya total rata-rata. Nilainya dihitung dengan menggunakan dua metode :

$$ATC = \frac{TC}{Q} \quad \text{atau} \quad ATC = AFC + AVC$$

di mana :

- ATC : *Average Total Cost* (Biaya Total Rata-Rata)
- TC : *Total Cost* (Biaya Total)
- AFC : *Average Fixed Cost* (Biaya Tetap Rata-Rata)
- AVC : *Average Variable Cost* (Biaya Variabel Rata-Rata)
- Q : *Quantity* (Kuantitas yang dihasilkan)

Tabel 5. Biaya Tetap Rata-Rata, Biaya Variabel Rata-Rata, dan Biaya Total Rata-Rata

| Jumlah Produksi | Biaya Tetap Total | Biaya Variabel Rata-Rata | Biaya Total Rata-Rata | Biaya Tetap Rata-Rata | Biaya Variabel Rata-Rata | Biaya Rata-Rata |
|-----------------|-------------------|--------------------------|-----------------------|-----------------------|--------------------------|-----------------|
| 0 | 45 | 0 | 0 | | | |
| 2 | 45 | 6,0 | 28,5 | 22,5 | 6,0 | 28,5 |
| 6 | 45 | 2,5 | 10,0 | 7,5 | 2,5 | 10,0 |
| 14 | 45 | 1,3 | 4,5 | 3,2 | 1,3 | 4,5 |
| 22 | 45 | 1,0 | 3,0 | 2,0 | 1,0 | 3,0 |
| 28 | 45 | 0,9 | 2,5 | 1,6 | 0,9 | 2,5 |
| 35 | 45 | 0,8 | 2,1 | 1,3 | 0,8 | 2,1 |
| 40 | 45 | 0,8 | 1,9 | 1,1 | 0,8 | 1,9 |
| 44 | 45 | 0,8 | 1,8 | 1,0 | 0,8 | 1,8 |
| 46 | 45 | 0,8 | 1,8 | 1,0 | 0,8 | 1,8 |
| 48 | 45 | 0,8 | 1,8 | 0,9 | 0,8 | 1,8 |

| Jumlah Produksi | Biaya Tetap Total | Biaya Variabel Rata-Rata | Biaya Total Rata-Rata | Biaya Tetap Rata-Rata | Biaya Variabel Rata-Rata | Biaya Rata-Rata |
|-----------------|-------------------|--------------------------|-----------------------|-----------------------|--------------------------|-----------------|
| 50 | 45 | 0,8 | 1,7 | 0,9 | 0,8 | 1,7 |

Sumber : Data Pribadi

Contoh Soal

Pak Ahmad menghitung biaya total dan biaya variabel untuk memproduksi adalah sebesar Rp 5.000.000. Terdapat 389 produk yang dihasilkan. Berapa biaya rata-rata dari produk tersebut?

Jawaban

$$ATC = \frac{TC}{Q} = \frac{5.000.000}{389} = 12.853,47$$

Jadi Biaya Rata-Rata per produk adalah sebesar Rp 12.853,47

5.2.7 Biaya Marginal (*Marginal Cost*)

Kenaikan biaya produksi yang dikeluarkan untuk menambah produksi sebanyak satu unit dinamakan biaya marginal. Dirumuskan sebagai berikut :

$$MC_n = TC_n - TC_{n-1}$$

Atau

$$MC_n = \frac{\Delta TC}{\Delta Q}$$

di mana :

MC_n : Biaya Marginal produksi ke-n

TC_n : Biaya Total pada waktu jumlah produksi adalah n

TC_{n-1} : Biaya Total pada waktu jumlah produksi adalah n-1

ΔTC : Perubahan biaya total

ΔQ : Perubahan kuantitas/jumlah produksi

Sebagai contoh dapat dilihat pada Tabel 3. Misalkan jumlah tenaga kerja bertambah dari 3 ke 4, maka jumlah produksi berubah dari 14 ke 22, atau terdapat penambahan sebesar 8. Sehingga biaya

total produksi bertambah dari 63 ke 66, atau terdapat penambahan sebesar 3. Sehingga, diketahui bahwa biaya marginal adalah pembagian perubahan biaya total produksi dengan perubahan jumlah produksi, $3/8 = 0,375$.

Secara matematis,

$$MC_n = \frac{\Delta TC}{\Delta Q} = \frac{66 - 63}{22 - 14} = \frac{3}{8} = 0,375$$

5.3 Latihan Soal

1. Misal harga *input* X adalah Rp 5 (dalam ribu rupiah), dan biaya tetap Rp 500. Lengkapilah tabel berikut ini:

| X (<i>input</i>) | Y (<i>output</i>) | TVC | TC | MC | AVC | AC |
|-----------------------|------------------------|-----|----|----|-----|----|
| 0 | 0 | | | | | |
| 15 | 60 | | | | | |
| 30 | 85 | | | | | |
| 45 | 90 | | | | | |
| 55 | 95 | | | | | |

2. Sebuah perusahaan manufaktur yang bergerak di bidang pertanian menghasilkan 50 produk dengan biaya tetap Rp 6.000 dan biaya variabel total Rp 29.300. Kemudian perusahaan tersebut menambah produksinya menjadi 51 dengan biaya variabelnya menjadi Rp 35.000. Berapakah biaya marginalnya?
3. Seorang petani memiliki modal sendiri berupa tanah senilai Rp 10.000.000,00 dan alat-alat senilai Rp 6.000.000,00. Jika diketahui bunga bank untuk kredit sebesar 12% per tahun. Berapakah bunga modal per bulan?
4. Gapoktan Kopi Ireng merencanakan meningkatkan produksi. Dengan TFC a= Rp 300.000, AVC a= $10 + 0,01 Q$. Hitunglah :
 - a. TC dan ATC jika nilai Q a= 4.000

- b. Apakah peningkatan dari $Q_a = 2.500$ ke $Q_a = 4.000$ mengakibatkan penurunan biaya per unit produk?
5. Biaya tetap total yang dikeluarkan bernilai Rp 25.000. Biaya berubah total pada berbagai tingkat produksi, seperti pada tabel di bawah ini :

| Jumlah Produksi (Unit) | Biaya Variabel Total (Rupiah) |
|-------------------------------|--------------------------------------|
| 1 | 10.000 |
| 2 | 18.000 |
| 3 | 24.000 |
| 6 | 39.000 |
| 10 | 60.000 |
| 15 | 90.000 |
| 19 | 133.000 |
| 22 | 216.000 |

Hitunglah :

- Biaya Total dan Biaya Total Rata-Rata
- Biaya Variabel Rata-Rata
- Biaya Marginal
- Biaya Tetap Rata-Rata

Buatlah Grafik :

- Kurva Biaya tetap, biaya total, dan biaya variabel total
- Kurva biaya tetap rata-rata, biaya total rata-rata, biaya variabel rata-rata, dan biaya marginal

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, A. (2013) *Ekonomi Mikro*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Asfia, M. (2006) *Ekonomika Mikro*. 2nd edn. Bandung: PT Refika Aditama.
- Firdaus, A. and Abdullah, W. (2009) *Akuntansi Biaya*. 2nd edn. Jakarta: Salemba Empat.
- M, Daniel. (2001) *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Mankiw, N. G. (2004) *Principle of Economics*. 3rd edn. South Western: Thompson.
- Mubyarto (1989) *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta: PT Pustaka LP3ES Indonesia.
- Nur Fatoni, S. (2014) *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Bandung: Pustaka Setia Hasan.
- Pinasih (2005) *Pengaruh Efisiensi Biaya Bahan Baku dan Efisiensi Biaya Tenaga Kerja Langsung Terhadap Rasio Profit Margin (Studi kasus pada perusahaan meubel PT. Jaya Indah Furniture Kabupaten Jepara)*.
- Soekartawi (1990) *Teori Ekonomi Produksi*. Jakarta: CV Rajawali.
- Soekartawi (1994) *Teori Ekonomi Produksi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Soekartawi (2002) *Analisis Usaha Tani*. Jakarta: UI Press.
- Soekartawi (2011) *Ilmu Usaha Tani dan Penelitian untuk Pengembangan Petani Kecil*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Sumarsono, S. (2012) *Pengantar Ekonomi Mikro*. Jember: Laboratorium Kewirausahaan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

BAB 6

PEMASARAN KOMODITAS PERTANIAN

Oleh Vela Rostwentivaivi, S.E., M.Si

6.1 Pendahuluan

Pertanian berkontribusi penting dalam pertumbuhan PDB Indonesia dan sebagai sektor penopang terbesar kedua bagi perekonomian. PDB didefinisikan sebagai jumlah nilai tambah yang dihasilkan oleh seluruh unit usaha di suatu negara. PDB sektor pertanian merupakan jumlah nilai tambah atas barang dan jasa yang dihasilkan oleh berbagai unit produksi di sektor pertanian di suatu negara dalam jangka waktu tertentu. Kontribusi tiap unit usaha disajikan pada data dalam bentuk persentase. Data dengan persentase terbesar menunjukkan pengaruh paling besar terhadap kontribusi PDB. Pertumbuhan positif terlihat selama tahun 2020 serta PDB pertanian mampu menopang ekonomi Indonesia saat Covid-19. PDB sektor pertanian penyumbang tertinggi pertumbuhan ekonomi nasional pada triwulan II 2020 yang mengalami penurunan sebesar 4,19% (Q to Q) dan secara *year on year* turun 5,32%. PDB pertanian tumbuh 16,24% pada triwulan II 2020 (Q to Q), pada triwulan III 2020 tumbuh 2,16% dan triwulan IV 2020 tumbuh 2,59% (Q to Q). Secara *year on year* kontribusi pertanian terhadap PDB atas dasar harga berlaku pada tahun 2020 sebesar 13,70%, naik sebesar 0,99% dibandingkan tahun sebelumnya.

Pemasaran merupakan suatu proses dari satu pergerakan, serangkaian atau tahapan aktivitas dan peristiwa dari fungsi-fungsi yang juga akan melibatkan beberapa tempat (Asmarantaka, 2012). Saat ini, produk-produk pertanian yang didistribusikan tidak hanya dalam bentuk primer, tetapi produk setengah jadi maupun produk jadi. Hanya saja, masih relatif sedikit pemasaran dalam bentuk

produk olahan. Perkembangan pemasaran tidak hanya dalam kegiatan jual beli saja, melainkan aktivitas bisnis dalam proses peningkatan nilai tambah. Aliran produk pertanian pada saluran pasar disebut *Supply Chain Management (SCM)* dengan penekanan pada peningkatan daya saing. Fokus SCM adalah integrasi dari pengolahan seluruh proses aktivitas bisnis demi pemenuhan permintaan konsumen. Selain SCM, dikenal juga dengan *Value Chain* (rantai nilai) dalam lingkup pemasaran. Konsep *value chain* lebih menekankan pada tarikan permintaan dari konsumen. Sisi lain, kemajuan teknologi mengantarkan pada kemudahan memasarkan produk pertanian. Munculnya berbagai *platform online* di Indonesia menjadi bagian terpenting bagi pelaku usaha dan konsumen dalam mendapatkan produk yang diinginkan. Produsen pertanian juga dapat memanfaatkan *platform digital* yang tersedia untuk mendapatkan pembiayaan usahanya. Bab 6 “Pemasaran Komoditas Pertanian” akan menjelaskan secara lengkap materi pertanian secara umum, pemasaran pertanian, rantai pasok, rantai nilai, nilai tambah produk pertanian, hingga *e-commerce*.

6.2 Pemasaran Pertanian

Pemasaran didefinisikan sebuah proses dalam merencanakan dan melaksanakan konsepsi, harga, promosi, dan distribusi dari gagasan-gagasan, barang, dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen (Griffin & Ebert, 2006). Levens (2010) menjelaskan pemasaran sebagai sebuah fungsi organisasi dan kumpulan sebuah proses yang di rancang dalam rangka untuk merencanakan, menciptakan, mengkomunikasikan, dan mengantarkan nilai-nilai (*values*) kepada pelanggan. Pemasaran dapat diartikan sebagai proses sosial dan manajerial baik dimana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai (Kotler and Amstrong, 2008) sedangkan perusahaan berupaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya (Kotler and Keller, 2008). Terdapat 3

(tiga) unsur penting dalam pasar, diantaranya : 1) orang dengan segala keinginannya; 2) daya beli mereka; 3) kemauan untuk membelanjakan uangnya. Dalam teori pemasaran dikenal istilah bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran sering digunakan dalam kegiatan penjualan produk dan jasa. Istilah 4P, diantaranya :

1) Product (produk)

Karakteristik produk pertanian berbeda dengan produk lain, seperti elektronik, otomotif, dan lain-lain. Produk pertanian sebagian besar dijual dalam bentuk segar (*raw material*). Karakteristik dari produk pertanian, yaitu mudah busuk atau rusak, musiman, tidak seragam, *voluminous* dan *bulky*. Contoh dari produk pertanian seperti buah-buahan (pisang, melon, semangka, alpukat, jeruk, dll); sayur-sayuran (sawi, brokoli, kentang, kubis, dll).

2) Price (harga)

Harga produk pertanian acapkali berfluktuatif. Kondisi ini disebabkan oleh permintaan (*demand*) dan penawaran (*supply*) barang di pasar. Sebagai contoh pada studi kasus komoditas daging sapi yang mengalami peningkatan harga saat mendekati hari raya keagamaan. Harga daging sapi melonjak dipasaran hingga Rp 140.000 per kg di bulan Maret 2022. Sebelumnya harga daging sapi berada di angka Rp 120.000 per kg. Kenaikan harga disebabkan karena eksportir daging sapi Indonesia satu-satunya berasal dari Australia. Di sisi lain, komoditas tomat pernah mencapai harga Rp 200 per kg di tahun 2015 karena anjloknya harga. Beberapa komoditas pertanian lainnya yang sering mengalami fluktuasi harga, yaitu cabai, bawang merah, kentang, daging ayam, dan lain-lain.

3) Place (tempat atau distribusi)

Produk-produk pertanian dapat dijumpai di pasar tradisional dan modern, seperti supermarket, hypermarket, maupun minimarket. Perkembangan teknologi yang semakin canggih menjadikan distribusi produk pertanian mudah untuk diakses konsumen melalui berbagai *platform online*. Hadirnya

platform online ini memberikan kemudahan bagi konsumen dalam mendapatkan berbagai produk yang diinginkan dengan kualitas, kuantitas, dan harga yang sesuai. Sisi lain, *platform online* menyediakan berbagai fasilitas seperti pengiriman produk sampai ke rumah hingga diskon atau potongan harga yang dapat digunakan oleh konsumen. *Platform online* yang sedang berkembang di bidang pertanian, salah satunya adalah Agromaret dan Igrow. Kedua *platform* ini akan dibahas pada sub-bab *e-commerce*.

4) **Promotion (promosi)**

Promosi merupakan bagian dari bauran pemasaran yang memiliki tujuan memberikan informasi, mengajak, dan mengingatkan kembali konsumen terhadap suatu merek produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. Promosi berperan penting dalam meningkatkan penjualan suatu produk. Promosi dapat dilakukan melalui media sosial, brosur, maupun kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh pemerintah dan instansi tertentu melalui pameran produk pertanian. Berikut ini adalah salah satu contoh promosi produk pertanian yang telah dilaksanakan oleh Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Provinsi Bali melalui Pasar Tani.



Gambar 9. Contoh Promosi Produk Pertanian
Sumber : <https://distanpangan.baliprov.go.id/>

Konsep *marketing mix* atau bauran pemasaran telah berkembang menjadi 7P dengan tambahan 3P berikutnya adalah *Process, People, dan Physical Evidence*. Berikut ini penjelasannya.

5) *Process (proses)*

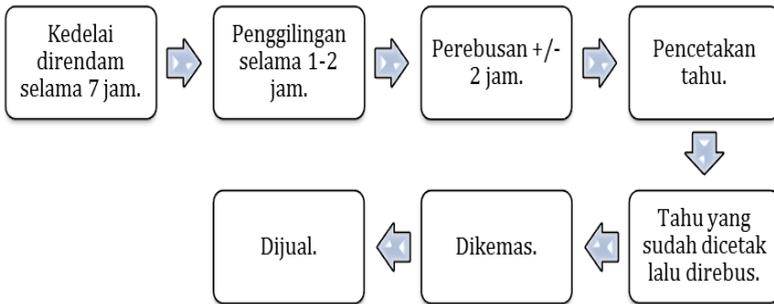
Proses merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dari awal hingga akhir. Proses dalam hal ini tidak hanya berbicara dari sisi proses produksi saja, melainkan juga distribusi kepada konsumen. Hal penting yang perlu dimiliki perusahaan adalah komitmen, *value* (nilai), serta konsistensi. Ketiga hal ini yang akan memengaruhi suatu bisnis atau usaha yang dijalankan. Seperti yang diketahui, bahwa produk pertanian banyak dijual dalam bentuk segar (*raw material*) sehingga nilai tambah yang didapatkan tidak sebesar dengan adanya pengolahan. Sebenarnya, dengan adanya proses produksi mampu meningkatkan *value added* (nilai tambah) suatu komoditas. Beberapa kegiatan yang dapat dilakukan dalam meningkatkan nilai tambah, yaitu sortasi, *grading*, dan standarisasi produk. **Sortasi** adalah menyortir produk yang baik dan tidak baik. **Grading** adalah mengelompokkan sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan. Terakhir, *standarisasi produk* adalah menstandarkan produk sesuai dengan pasar yang akan dituju. Salah satu komoditas pertanian yang memiliki produk turunan yang cukup banyak adalah Kedelai. Komoditas kedelai dapat diolah menjadi susu kedelai, bungkil kedelai, tempe, tahu dan produk turunan lainnya.



Gambar 10. Produk Olahan Kedelai

Proses pembuatan salah satu produk turunan kedelai, yaitu tahu cukup mudah. Salah satu pengrajin tahu skala rumah tangga

yang berada di Kabupaten Garut telah mengusahakan selama lebih dari 40 tahun dengan menggunakan peralatan yang sederhana. Studi Kasus pengrajin Tahu Jojoh di Kabupaten Garut ini memproduksi setiap hari produk tahu putih dan tahu kuning dengan menggunakan bahan baku kedelai sebanyak 50 kg. Berikut ini adalah salah satu proses pembuatan produk tahu, yaitu :



Gambar 11. Proses Pembuatan Tahu (Pengrajin Tahu Jojoh di Kabupaten Garut)

6) *People* (manusia)

People atau manusia dalam bauran pemasaran berperan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan atau konsumen. Kotler and Keller (2008) menjelaskan bahwa semakin positif kinerja yang diberikan kepada konsumen maka semakin baik dampaknya dalam melakukan keputusan pembelian.

7) *Physical Evidence* (bukti fisik)

Bukti fisik suatu produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan sangat penting bagi konsumen. Tidak hanya dalam bentuk produk yang ditawarkan perusahaan, melainkan logo, brosur, website, akses pelanggan (*customer service*) hingga media sosial. Nugroho and Japariato (2013) menjelaskan 3 (tiga) cara mengelola bukti fisik, diantaranya :

a. ***An attention-creating medium.***

Perusahaan jasa melakukan diferensiasi dengan pesaing dan membuat sarana fisik semenarik mungkin untuk menjaring pelanggan dari target pasar.

b. ***As a message-creating medium.***

Menggunakan simbol atau isyarat untuk mengkomunikasikan secara intensif kepada pelanggan mengenai kekhususan kualitas dan produk atau jasanya.

c. ***As effect-creating medium.***

Desain untuk menciptakan sesuatu yang lain dari produk atau jasa yang ditawarkan.

Pembahasan selanjutnya terkait dengan **jenis-jenis pemasaran**. Seperti yang diketahui bahwa pemasaran tidak hanya menjual atau mendistribusikan produk atau jasa semata. Melainkan produk atau jasa yang dihasilkan produsen ataupun perusahaan dapat diterima dengan kualitas, kuantitas, maupun harga yang sesuai dengan konsumen. Lalu bagaimana suatu produk dapat dikenal dan diterima oleh konsumen? Berikut ini akan dibahas mengenai jenis-jenis pemasaran, diantaranya :

- a. ***Word of Mouth Marketing (WoMM)*** atau sering disebut dengan pemasaran dari mulut ke mulut. WoMM adalah informasi produk yang didapatkan oleh konsumen dari konsumen lain secara verbal dan langsung.
- b. ***Public Relation Marketing*** adalah jenis pemasaran yang dilakukan oleh banyak perusahaan yang bekerjasama dengan media untuk meningkatkan *brand awareness* (kesadaran produk) serta keuntungan yang didapat oleh konsumen.
- c. ***Relationship Marketing*** adalah jenis pemasaran yang dilakukan kepada konsumen yang telah memiliki hubungan baik dan loyalitas dari konsumen sehingga memudahkan bagi perusahaan memasarkan produk lainnya.
- d. ***Digital Marketing*** merupakan pemasaran yang memanfaatkan semua sumberdaya dan aset melalui *online*, memaksimalkan segala potensi yang ada di internet

maupun media sosial untuk mencapai target perusahaan dengan biaya yang relatif rendah.

- e. **Branding** adalah jenis pemasaran yang memiliki fungsi sebagai promosi jangka panjang. *Branding* biasanya menyertakan nama, slogan, maupun logo dalam balutan merek untuk dikenal masyarakat.
- f. **Iklan siaran** adalah bentuk iklan berbayar yang dilakukan pemilik bisnis untuk menjangkau pelanggan secara luas.
- g. **Multi Level Marketing** adalah bentuk pemasaran secara langsung melibatkan banyak orang dimana perusahaan merekrut dan menjual produk melalui *network marketing* dengan memberikan komisi dari produk yang dipasarkan, komisi pemasaran, dan penjualan dari jaringannya.

Segmenting, Targeting, Positioning Marketing

Segmentasi, penargetan, dan penentuan posisi produk sudah tidak asing lagi didengar oleh masyarakat dalam dunia pemasaran. *Segmenting, Targeting, dan Positioning (STP)* adalah pendekatan atau model yang digunakan dalam mengembangkan strategi pemasaran. **Segmentasi pasar** adalah pendekatan yang dilakukan dengan membagi pelanggan ke dalam kelompok orang dengan karakteristik serta kebutuhan yang relatif sama. Sebagai contoh : demografis (jenis kelamin, pekerjaan, usia); geografis (wilayah, negara); psikografis (gaya hidup); perilaku (loyalitas suatu produk).

Penargetan atau *targeting* adalah menentukan segmen konsumen yang akan menjadi target pasar. Beberapa hal yang menjadi pertimbangan penting dalam penargetan suatu produk adalah ukuran, profitabilitas, aksesibilitas, serta fokus pada manfaat. Terakhir, **penentuan posisi** produk diartikan bagaimana produk yang dihasilkan dapat diterima dalam benak pelanggan atau konsumen potensial, sehingga produk tersebut lebih unggul dibandingkan kompetitornya. Sebagai contoh : Produk Teh Botol Sosro memiliki slogan “Apapun Makanannya Minumnya Teh Botol Sosro”; Produk Indomie slogannya adalah “Indomie Seleraku”.

Structure, Conduct, dan Performance Market

Structure, Conduct, dan Performance (SCP) diartikan sebagai struktur, perilaku dan kinerja pasar. Dalam ekonomi, struktur pasar adalah kondisi maupun faktor yang ada di dalam pasar memengaruhi para pelaku usaha yang berada di dalamnya. Terdapat 4 (empat) jenis pasar diantaranya Pasar Persaingan Sempurna (PPS), Monopoli, Oligopoli, dan Monopolistik. Berikut adalah penjelasan dari keempat pasar tersebut :

a. Pasar Persaingan Sempurna (PPS)

Pasar Persaingan Sempurna atau *perfect competition* memiliki ciri-ciri, yaitu : banyak penjual dan pembeli, produk homogen atau seragam, informasi mudah diperoleh oleh para pelaku usaha, tidak memiliki hambatan keluar masuk pasar, serta pangsa pasar masing-masing pelaku sangat kecil bila dibandingkan dengan ukuran pasar. Selain itu, dalam penentuan harga di pasar persaingan sempurna adalah *price taker* (penerima harga). Selain itu, ciri lain dari PPS adalah tidak ada campur tangan dari pemerintah, mobilitas penuh dari semua faktor produksi sehingga adanya tarikan ekonomi, dan adanya pengetahuan sempurna (*perfect knowledge*) mengenai semua aspek pasar. Sebagai contoh pada saat buah mangga melimpah dipasaran karena panen raya, banyak penjual yang menjajakan buah mangga dipinggir jalan dengan harga yang relatif sama antara penjual satu dengan penjual lainnya.

b. Monopoli

Pasar monopoli memiliki asumsi, yaitu : hanya ada 1 penjual (tunggal) dan banyak pembeli, terdapat hambatan yang sangat besar untuk keluar masuk pasar, informasi sulit didapatkan, serta produk yang dihasilkan unik sehingga sulit dicarikan penggantinya. Dengan kata lain adalah sulit mendapatkan barang substitusinya. Kekuatan monopolis tergantung pada elastisitas harga komoditasnya. Selain itu, elastisitas harga barang dipengaruhi oleh barang substitusinya. Semakin kurang barang substitusinya maka akan semakin kuat kekuasaan seorang monopolis terhadap pasar. Penentuan harga dalam pasar monopoli adalah *price maker*

(pembuat harga). Sebagai contoh pasar monopoli diluar konteks pertanian adalah Perusahaan Listrik Negara (PLN). Ada sebab timbulnya monopoli, antara lain :

- Bahan mentah.
Penguasaan bahan mentah oleh perusahaan akan menyebabkan perusahaan tersebut mempunyai kekuatan monopoli terhadap produk yang dibuat dari bahan mentah tersebut.
- Membutuhkan modal besar.
Usaha yang memerlukan modal investasi besar untuk mencapai skala ekonomi sehingga hanya sedikit perusahaan yang mampu.
- Adanya hak cipta (paten).
- Pasar yang terbatas.
Pasar yang terlalu kecil untuk menampung lebih dari satu perusahaan.
- Lisensi.

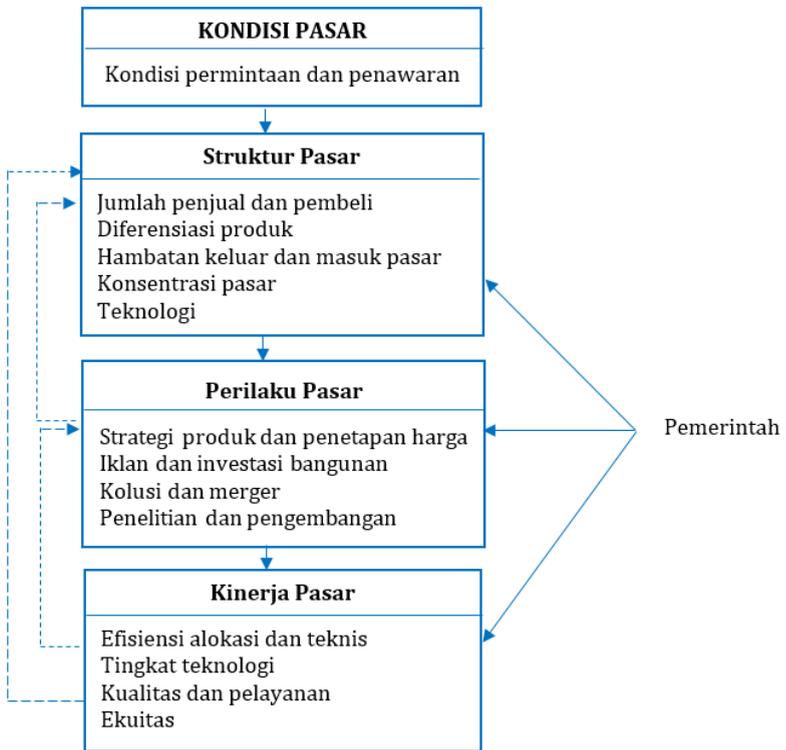
c. Oligopoli

Struktur pasar suatu produk dikatakan duopoli apabila pengusaha menjual produk tersebut terdiri dari dua orang penjual sehingga setiap tindakan yang dilakukan oleh penjual tersebut memengaruhi kebijakan, baik dalam penentuan harga, kapasitas produksi ataupun kualitas produk. Perbedaan struktur pasar oligopoli dengan yang lain adalah keseimbangan pasar yang bergantung pada asumsi bagaimana perusahaan merespon tindakan yang diambil oleh perusahaan lain. Dalam pasar oligopoli, jumlah penjual sedikit dan barang yang dijual seragam atau menurut standar tertentu. Pada struktur pasar oligopoli, pasar dikuasai lebih dari satu perusahaan tetapi tidak sebanyak pada pasar persaingan monopolistik. Tiap perusahaan anggota pasar oligopoli saling memengaruhi untuk merebut pasar lebih besar. Setiap gerakan perusahaan akan diperhatikan oleh perusahaan lainnya, maka oligopolis harus senantiasa memperkirakan atau meramal tindakan dari oligopolis lainnya.

d. Monopolistik

Monopolistik merupakan struktur pasar dimana terdapat banyak produsen memasarkan kumpulan barang atau produk yang digunakan untuk memenuhi “**fungsi yang sama**”. Tetapi barang atau produk tersebut dibedakan oleh produsen sehingga tidak lagi bersifat seragam, walaupun fungsi (ciri umum) barang tersebut tidak berbeda tetapi dapat dikenali apakah hasil produksi perusahaan satu atau perusahaan lainnya. Bagi pasar monopolistik, **iklan** memegang peranan yang sangat penting. Iklan sebagai media informasi atau penyampaian aspek-aspek pasar. Selain itu, perbedaan barang atau produk dinilai dari 2 (dua) hal, yaitu 1) *brand loyalty* (merek, nama dagang, cara pembungkusan, dan lain-lain); 2) layanan dalam penjualan (lokasi tempat jual, cara berjualan, bentuk tempat jual, dan lain-lain). Contoh produk, seperti mie instan, kopi, teh, kecap, dll.

Dalam penentuan struktur pasar, dapat dianalisis dengan metode *Four Firm Concentration Ratio* (CR4) dan *Hirchman Herfindahl Index* (HHI) untuk melihat hambatan keluar masuk pasar. Kedua metode tersebut sering digunakan dalam penelitian terkait dengan struktur pasar. Perilaku pasar dapat dianalisis dengan melihat 3 (tiga) fungsi pemasaran, yaitu fungsi pertukaran, fisik, dan fasilitas. Terakhir adalah kinerja pasar dapat dihitung dengan *farmer share* dan margin pemasaran. Paradigman SCP dapat dilihat pada Gambar 12 dibawah ini.



Gambar 12. Paradigma SCP
 Sumber : Waldman and Jensen (2007)

Subsistem Agribisnis

Agribusiness is the sum total of all operations involved in the manufacture and distribution of farm supplies, production activities on the farm, and storage, processing and distribution of farm, commodities and items made from them (Davis and Goldberg, 1957). Definisi diatas dapat diartikan, agribisnis adalah penjumlahan total dari seluruh kegiatan yang menyangkut manufaktur dan distribusi dari sarana produksi pertanian, kegiatan yang dilakukan usahatani, serta penyimpanan, pengolahan, dan distribusi dari produk pertanian; serta produk-produk lain yang dihasilkan dari produk pertanian. Agribisnis dapat disimpulkan sebagai sistem rangkaian usaha-usaha (bisnis-bisnis) mulai dari usaha pengadaan sarana

produksi pertanian, usahatani, usaha pascapanen, usaha sortasi, penyimpanan dan pengemasan produk pertanian, usaha industri pengolahan produk pertanian, dan berbagai usaha menghantarkan produk (berbasis) pertanian sampai ke konsumen, serta sejumlah kegiatan penunjang yang melayani sistem rangkaian usaha itu, seperti lembaga pelayanan pembiayaan, lembaga pelayanan informasi, dan lembaga pemerintah yang mengeluarkan kebijakan dan peraturan yang terkait (Krisnamurthi, 2020). Subsistem agribisnis dibagi menjadi 4 (empat) bagian, yaitu :

a. Subsistem Agribisnis Hulu

Kegiatan usaha yang menghasilkan dan memperdagangkan sarana produksi pertanian primer.

b. Subsistem Usahatani (*On-farm*)

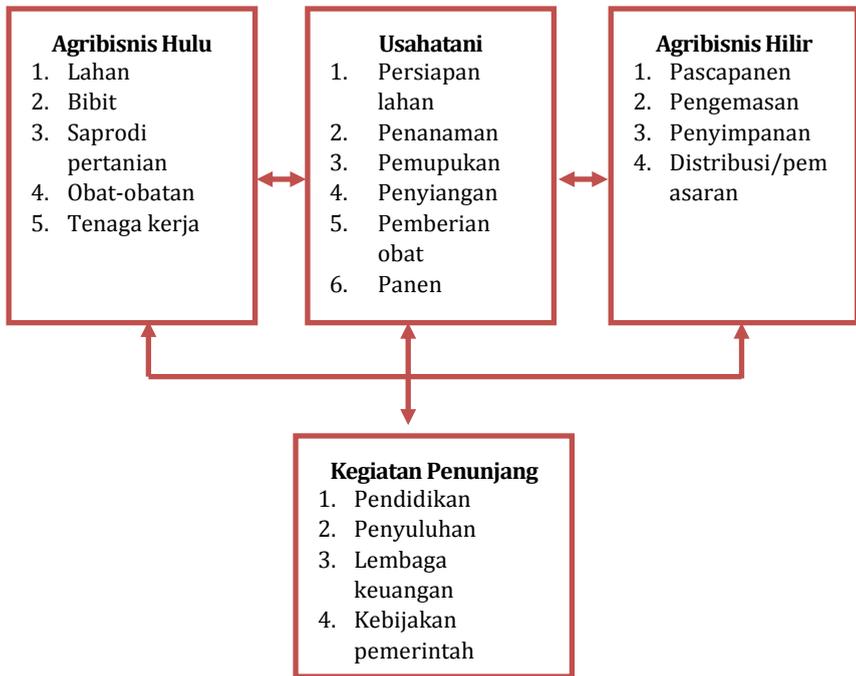
Disebut sebagai sektor pertanian (primer).

c. Subsistem Agribisnis Hilir

Kegiatan usaha yang mengolah hasil pertanian primer menjadi produk olahan, baik dalam bentuk siap dimasak atau digunakan maupun siap dikonsumsi beserta kegiatan perdagangannya di pasar domestik dan internasional.

d. Subsistem Penunjang/Jasa Layanan Pendukung

Seperti lembaga keuangan ataupun pembiayaan, transportasi, penyuluhan dan layanan informasi agribisnis, penelitian dan pengembangan, kebijakan pemerintah, serta asuransi agribisnis.



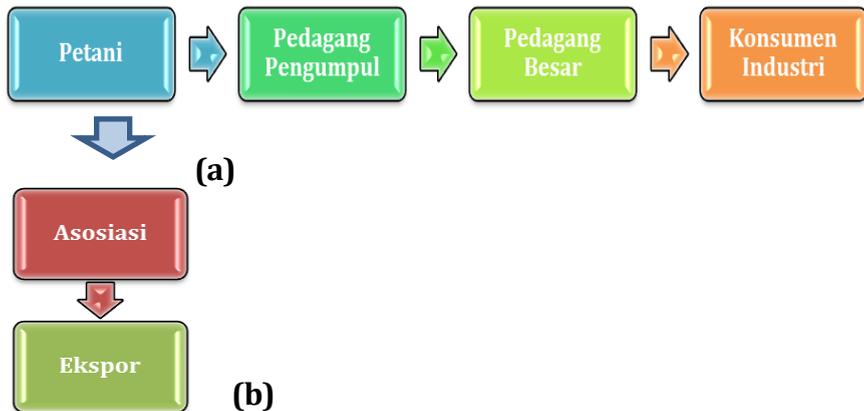
Gambar 13. Subsistem Agribisnis

Contoh produk pertanian Indonesia yang memiliki potensi besar di pasar ekspor adalah Kapulaga. Kapulaga termasuk dalam 15 jenis tanaman biofarmaka yang penting di Indonesia (Statistik Hortikultura, 2014). Kapulaga memberikan kontribusi terbesar terhadap total produksi tanaman biofarmaka terbesar ketiga setelah Jahe dan Kunyit dengan nilai 12,22%. Total produksi tanaman obat Indonesia diserap oleh industri obat dan tradisional sebanyak 1.023 perusahaan dengan persentase sebesar 63%. Sementara, tujuan ekspor sebesar 14% dan konsumsi rumah tangga sebesar 23% (Balitbangtan Departemen Pertanian, 2007). Kebutuhan industri obat tradisional khususnya pada komoditas Kapulaga sebesar 3.000 ton/tahun.

Produksi Kapulaga basah di Kabupaten Pangandaran mencapai 3.062,32 ton dan Kapulaga kering mencapai 510,38 ton. Perbandingan antara Kapulaga basah dan kering adalah 6 : 1. Harga

rata-rata Kapulaga kering mencapai Rp 8.000 sampai 250.000 per kg (dilihat dari tingkat kekeringannya). Pemasaran Kapulaga di Pangandaran dikhususkan untuk ekspor ke luar negeri. Salah satu negara tujuan utama ekspor adalah China. Kebutuhan negara China per bulan mencapai 2 kontener atau 26 ton kapulaga dengan tingkat kekeringan mencapai 18%. Pengiriman Kapulaga kering dilakukan oleh Asosiasi Kapol di Kabupaten Pangandaran dengan harga jual ke China mencapai Rp 800.000 per kg. harga ini masih belum dipotong dengan biaya-biaya lain seperti transportasi, pengemasan, dan perizinan. Pembayaran yang dilakukan oleh pembeli dilakukan secara *cash* (langsung) maupun menyerahkan uangnya terlebih dahulu baru barang dikirimkan sesuai dengan perjanjian.

Penelitian Herliadi et al., (2015) pada pemasaran Kapulaga di Kabupaten Pangandaran menunjukkan bahwa pemasaran terdiri dari 1 (satu) saluran. Sedangkan berdasarkan Informasi dari Asosiasi (data primer) menyebutkan bahwa saluran distribusi Kapulaga 100% di ekspor ke China pada tahun 2020. Pemasaran ke China sudah dalam bentuk kering dan belum dilakukan pengolahan lebih lanjut menjadi produk turunan.



Gambar 14. Pemasaran Kapulaga Segar di Kabupaten Pangandaran
(a);Pemasaran Kapulaga Segar dari Asosiasi (b)

6.3 Supply Chain Produk Pertanian

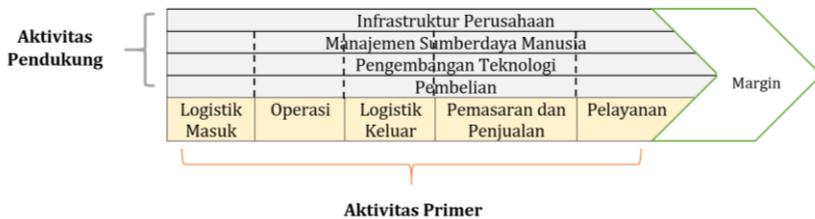
Istilah *supply chain* atau rantai pasok tidak asing lagi di kalangan masyarakat. Pemasaran saat ini tidak hanya menghasilkan suatu produk yang dijual ke masyarakat saja, melainkan perlu mempertimbangkan selera konsumen. Rantai pasok memiliki 3 (tiga) aliran, diantaranya aliran barang (produk), uang, dan informasi. Ketiga aliran ini saling terkait satu sama lainnya. 1) aliran barang atau produk merupakan aliran yang dimulai dari hulu hingga ke hilir. Misalnya : bahan baku yang dikirim dari pemasok ke konsumen. 2) aliran uang mengalir dari hilir ke hulu. Terakhir 3) aliran informasi terjadi dari hulu sampai ke hilir, begitupun sebaliknya. Contoh kasus adalah komoditas akar wangi di Kabupaten Garut. Akar wangi di Kabupaten Garut berkontribusi sebesar 90% produksi minyak atsiri di Indonesia. Akar wangi dapat dipanen pada usia sekitar 12 bulan. Terdapat 4 (empat) sentra kecamatan di Kabupaten Garut yang menghasilkan komoditas akar wangi dengan produksi dan kualitas yang baik, diantaranya Leles, Cilawu, Samarang, dan Bayongbong. Setelah komoditas ini dipanen oleh petani, lalu dijual kepada pedagang besar, selanjutnya dikirim kepada penyuling dan hasil penyulingan (minyak atsiri) didistribusikan kepada eksportir. Minyak atsiri akan di ekspor ke beberapa negara untuk digunakan sebagai bahan baku minyak wangi. Berikut ini adalah gambaran rantai pasok akar wangi di Kabupaten Garut.



Gambar 15. Rantai Pasok (*Supply Chain*) aliran informasi dan aliran produk Akar Wangi di Kabupaten Garut

6.4 Value Chain Produk Pertanian

Value chain (rantai nilai) mulai diperkenalkan oleh Porter di tahun 1993. Rantai nilai terbagi dalam 2 (dua) aktivitas, yaitu primer dan pendukung. Aktivitas primer mempunyai 5 (lima) bagian penting, yaitu logistik masuk, operasi, logistik keluar, pemasaran dan penjualan, serta pelayanan. Sedangkan aktivitas pendukung mempunyai 4 (empat) bagian, yaitu pembelian, pengembangan teknologi, manajemen sumberdaya manusia, dan infrastruktur perusahaan. Berikut ini adalah rantai nilai generik Porter yang dapat dilihat pada Gambar 8.



Gambar 16. Rantai Nilai Porter
Sumber : Porter (1993)

Komoditas akar wangi memiliki nilai tambah yang cukup besar bila diproses menjadi minyak atsiri dan produk kerajinan tangan. Penelitian tentang topik pemasaran dan nilai tambah pernah dilakukan penulis pada tahun 2016-2018 di berbagai kecamatan sentra di Kabupaten Garut dan pengrajin akar wangi. Berikut ini adalah penjelasan rantai nilai akar wangi di Kabupaten Garut dengan 2 (dua) produk yang akan dibahas, yaitu minyak atsiri dan produk kerajinan tangan (Rostwentiwaivi and Tustiyani, 2017).

Aktivitas Primer Rantai Nilai Akar Wangi

Petani akar wangi di Kabupaten Garut menggunakan bibit dari hasil sisa tebasan musim sebelumnya. Bila ingin menggunakan bibit baru, petani bisa mendapatkan dari sesama petani lainnya

dengan harga berkisar Rp 3.000 hingga Rp 5.000 per kg. Sebesar 85% petani akar wangi membudidayakan dengan cara tumpangsari yang bertujuan meningkatkan pendapatan karena akar wangi dipanen satu tahun sekali. Petani dan pedagang melakukan negosiasi untuk penetapan harga jual akar wangi segar. Pemasaran dilakukan dengan sistem tebas dimana pedagang menyisakan sepertiga bagian untuk dijadikan bibit kembali. Mekanisme pembayaran adalah dengan cara langsung (*cash*). Pedagang akan mengangkut akar wangi segar dan langsung didistribusikan kepada industri pengolahan yang berada di kecamatan. Pedagang mengeluarkan biaya diantaranya biaya tenaga kerja borongan (mengangkut hasil panen) dan transportasi. Modal pedagang didapatkan dari industri pengolahan.

Sektor industri pengolahan akar wangi memiliki peranan penting dalam peningkatan nilai tambah produk. Akar wangi diolah menjadi minyak atsiri sebagai bahan baku produk salah satunya adalah minyak wangi. Harga jual minyak atsiri di tahun 2017 mencapai Rp 4.000.000. Peningkatan harga disebabkan oleh tingginya permintaan pasar global dan kurangnya persediaan minyak atsiri di dunia. Rendahnya persediaan minyak atsiri pada saat itu disebabkan oleh produsen utama, yaitu Haiti mengalami bencana alam sehingga tidak dapat memproduksi secara maksimal. Oleh sebab itu, permintaan minyak atsiri di Indonesia melonjak tajam. Industri pengolahan mendapatkan modal awal dari perusahaan ekspor. Tujuan pemberian modal untuk memenuhi kebutuhan ekspor minyak atsiri. Industri dan perusahaan ekspor melakukan kontrak yang sudah disepakati. Volume pengiriman minyak atsiri minimal 25 kg dan dilakukan 1-2 kali per minggu (d disesuaikan dengan kontrak).

Dari sisi industri kerajinan, akar wangi segar diolah menjadi produk-produk bernilai tambah seperti sajadah, tas, topi, dan lain-lain. Harga beli bahan baku (akar wangi segar) cukup mahal yaitu Rp 37.500 per kg karena kualitas yang dibutuhkan dan karakter dari akar wanginya berbeda. Pelayanan yang diberikan industri kerajinan adalah kualitas produk yang sesuai dengan keinginan konsumen.

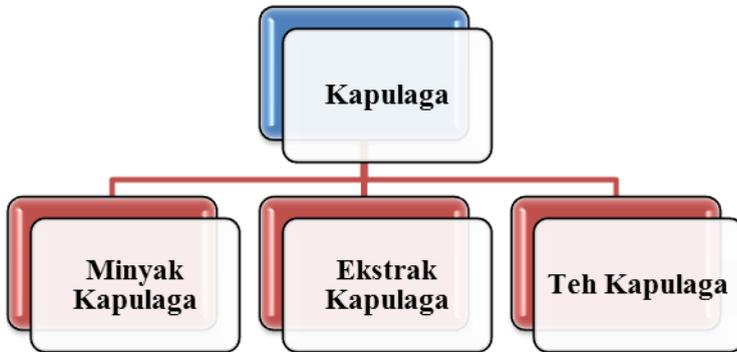
Aktivitas Pendukung Rantai Nilai Akar Wangi

Petani mengalami kesulitan dalam pembelian pupuk karena tingginya harga pupuk yang ada dipasaran. Disamping itu, mahalnya biaya transportasi karena jarak lokasi pembelian pupuk dengan lahan pertanian cukup jauh. Ketersediaan tenaga kerja saat panen relatif sulit dan membutuhkan waktu yang lebih lama. Tidak ada pelatihan maupun pengembangan khusus bagi petani dan pekerja. Dari sisi pedagang, tugas utamanya adalah menyediakan bahan baku dan mendistribusikan kepada industri pengolahan. Tidak ada teknologi yang digunakan dalam menjalankan tugasnya. Selain itu, tidak ada pelatihan dan pengembangan yang didapatkan oleh pedagang.

Industri pengolahan minyak atsiri mendapatkan bahan baku dari petani ataupun pedagang. Tenaga kerja memiliki keterampilan dalam mengolah akar wangi menjadi minyak atsiri. Dalam satu kali penyulingan dibutuhkan sekitar 3 sampai 4 orang tenaga kerja dengan upah sekitar Rp 200.000 hingga Rp 300.000 per orang (sistem borongan). Terakhir, industri kerajinan mendapatkan bahan pendukung yang berasal dari wilayah Garut. Teknologi yang didapat dari pengembangna produk dan kreativitas pelaku usaha. Industri memiliki sekitar 15 orang tenaga kerja yang memiliki keahlian maupun keterampilan dalam menciptakan produk kerajinan.

6.5 Nilai Tambah (*Value Added*) Produk Pertanian

Nilai tambah (*value added*) Kapulaga relatif belum banyak dilakukan khususnya di Indonesia. Sebenarnya dengan adanya pengolahan mampu memberikan keuntungan yang jauh lebih besar bila dibandingkan dengan menjual dalam bentuk segar (*raw material*). Beberapa produk olahan Kapulaga, diantaranya : minyak atsiri, teh, serta ekstrak/bubuk kapulaga. Olahan Kapulaga dapat dilihat pada Gambar 17.



Gambar 17. Pohon Industri Produk Olahan Kapulaga

Produk olahan Kapulaga mulai banyak dipasarkan melalui *platform online*, seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dan lain-lain. Produk-produk olahan Kapulaga yang dipasarkan, diantaranya Kapulaga Bubuk dan Minyak Kapulaga. Kapulaga memiliki banyak manfaat bagi kesehatan dan dapat dipergunakan sebagai bahan masakan. Berikut ini adalah contoh produk olahan Kapulaga.



Sumber : priceza.co.id
(6/3/21)

Sumber : shopee.co.id
(6/3/21)

Sumber : tokopedia.com
(6/3/21)

Gambar 18. Produk Olahan Kapulaga (*Essential Oil*)

Komoditas pertanian lainnya yang memiliki nilai tambah adalah Aren. Produk turunan dari Aren adalah Nira dan Gula Aren. Kedua produk ini banyak dikonsumsi oleh konsumen. Harga dari kedua produk ini juga relatif terjangkau, yaitu Rp 10.000 per liter (Nira Aren) dan Rp 30.000 per kg (Gula Aren). Dengan peralatan

yang sederhana, produsen Aren bisa mendapatkan keuntungan yang cukup besar bila melakukan pengolahan. Keuntungan dari Gula Aren sebesar 43% dan Nira Aren sebesar 32%. Berikut adalah perbandingan nilai tambah Gula Aren dan Nira Aren yang dihitung dengan menggunakan Nilai Tambah Hayami.

Tabel 6. Nila Tambah Gula Aren dan Nira Aren

| No. | Variabel | Nilai | Gula Aren | Nira Aren |
|--|------------------------------------|--------------------------|-----------|-----------|
| Output, Input, Harga | | | | |
| 1. | Output (kg) | A | 3 | 40 |
| 2. | Input (kg) | B | 40 | 40 |
| 3. | Tenaga Kerja (HOK) | C | 1 | 1 |
| 4. | Faktor Konversi | $D = A/B$ | 0,075 | 1 |
| 5. | Koefisien Tenaga Kerja (HOK/kg) | $E = C/B$ | 0,025 | 1 |
| 6. | Harga Output (Rp/kg) | F | 30.000 | 10.000 |
| 7. | Upah Tenaga Kerja (Rp/HOK) | G | 10.000 | 5.000 |
| Penerimaan dan Keuntungan (Rp/Bahan Baku) | | | | |
| 8. | Harga Bahan Baku | H | 500 | 500 |
| 9. | Harga Input Lainnya (Rp/kg) | I | 750 | 1.500 |
| 10. | Nilai Output (Rp/kg) | $J = D \times F$ | 2.250 | 10.000 |
| 11. | a. Nilai Tambah (Rp/kg) | $K = J - H - I$ | 1.000 | 8.000 |
| | b. Rasio Nilai Tambah (%) | $L\% = K/J \times 100\%$ | 44% | 80% |
| 12. | a. Pendapatan Tenaga Kerja (Rp/kg) | $M = E \times G$ | 250 | 5.000 |
| | b. Pangsa Tenaga Kerja (%) | $N\% = M/K \times 100\%$ | 25% | 62,5% |
| 13. | a. Keuntungan (Rp/kg) | $O = K - M$ | 750 | 3.000 |
| | b. Tingkat Keuntungan (%) | $P\% = O/K \times 100\%$ | 75% | 38% |

| No. | Variabel | Nilai | Gula Aren | Nira Aren |
|--|---------------------------------|--------------------------|-----------|-----------|
| Balas Jasa Pemilik Faktor-Faktor Produksi | | | | |
| 14. | Marjin (Rp/kg) | $Q = J - H$ | 1.750 | 9.500 |
| | a. Tenaga Kerja | $R\% = M/Q \times 100\%$ | 14% | 53% |
| | b. Modal (Sumbangan Input Lain) | $S = I/Q \times 100\%$ | 43% | 16% |
| | c. Keuntungan | $T\% = O/Q \times 100\%$ | 43% | 32% |

Sumber : Quddus and Rostwentaivaivi (2018)

6.6 *Electronic Commerce*

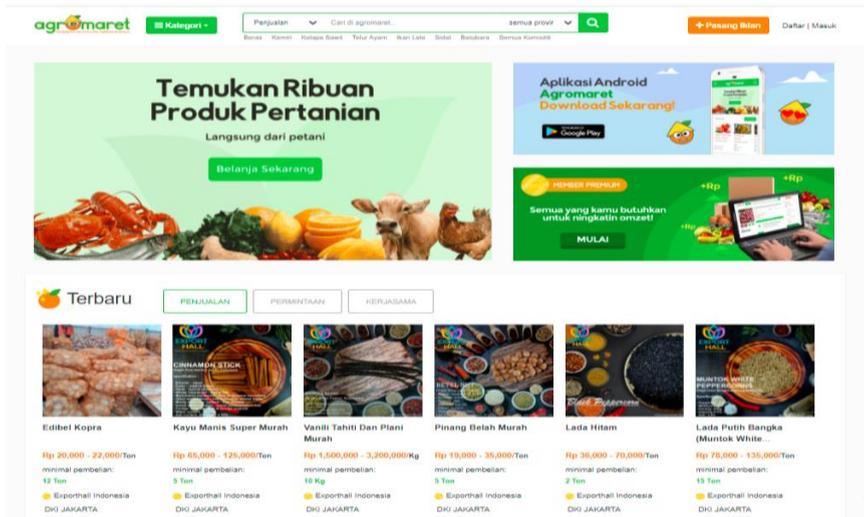
Perkembangan *e-commerce* kian pesat didukung dengan kemajuan teknologi internet di berbagai daerah. *E-commerce* adalah penjualan atau pembelian barang atau jasa yang dilakukan melalui jaringan komputer dengan metode yang secara spesifik dirancang untuk tujuan menerima atau melakukan pesanan (OECD, 2009). Barang atau jasa dipesan melalui metode tersebut tetapi pembayaran dan pengiriman utama dilakukan secara *online*. Transaksi *e-commerce* dapat terjadi antar usaha, rumah tangga, individu. Pemerintah, serta organisasi swasta dan publik lainnya. Berdasarkan data statistik *e-commerce* tahun 2011 menjelaskan sebesar 21,64% usaha melakukan penjualan melalui *marketplace* dan 78,36% melalui media *non-marketplace*, seperti sosial media, pesan instan, *e-mail*, dan lain-lain. Dilihat dari sisi penjualan, sebanyak 71,23% usaha menjual produk ke konsumen akhir, sebesar 27,15% melakukan penjualan ke konsumen akhir dan agen, sisanya 1,62% usaha melakukan penjualan *online* ke agen atau usaha lain.

Metode pembayaran yang banyak dilakukan pelaku usaha *e-commerce* adalah *Cash on Delivery* (COD) sebesar 78,72%. Usaha *e-commerce* di Indonesia mengirimkan secara langsung produk kepada pembeli sebesar 63,76% dan sisanya sebesar 21,54% memilih metode pengiriman dengan cara mengambil langsung

pesanan di toko atau titik penjemputan tertentu. Hanya sedikit pelaku usaha yang melakukan kegiatan ekspor dan impor di tahun 2020, masing-masing 1,85% dan 1,38%. Di sisi pelatihan, sebesar 8% pelaku usaha mendapatkan pelatihan terkait pemanfaatan teknologi informasi untuk pemasaran digital dan 25,36% mendapatkan pelatihan dari instansi pemerintah (BPS, 2021). Berikut ini adalah beberapa contoh aplikasi *online* di Indonesia, baik dari sisi penjualan maupun pendanaan pertanian kepada pelaku usaha.

A. Agromaret

Agromaret adalah *platform online* yang menyediakan produk-produk pertanian, peternakan, perikanan, dan lain-lain. Agromaret telah beroperasi sejak tahun 2009 dengan tujuan menciptakan peluang pasar bagi petani, serta sentra informasi dibidang pertanian. Dari sisi metode pembayaran, agromaret telah bekerjasama dengan beberapa bank swasta yang ada di Indonesia. Aplikasi dapat di unduh melalui *google play*. Berikut adalah tampilan website Agromaret pada Gambar 19.



Gambar 19. Website Agromaret

Sumber : <https://www.agromaret.com/> (diakses 31/01/2022)

B. Igrow

Platform online yang memberikan pendanaan di bidang pertanian salah satunya adalah igrow. Igrow menghubungkan masyarakat yang memiliki modal dan petani yang membutuhkan modal melalui kegiatan pendanaan komoditas pertanian. Tujuan kegiatan ini adalah bersama-sama meningkatkan skala penanaman atau budidaya serta kesejahteraan para pelaku dunia pertanian. Saat ini igrow telah menyalurkan lebih dari Rp 340 miliar kepada 10.000 petani. Telah mengumpulkan lebih dari 7.000 pemberi pendanaan serta pemberdayaan lahan pertanian hingga 10.000 ha bersama mitra petani. Berikut tampilan website Igrow pada Gambar 20.



Gambar 20. *Website igrow*

Sumber : <https://igrow.asia/> (diakses 01/02/2022)

Rangkuman Materi

Pertanian menjadi sektor penopang terbesar kedua bagi perekonomian dan berkontribusi pada PDB Indonesia. Masyarakat Indonesia sebagian besar bergantung pada pekerjaan di sektor pertanian. Hanya saja, produk-produk pertanian masih dipasarkan dalam bentuk segar. Kurangnya kegiatan pengolahan membuat nilai tambah produk pertanian dinilai relatif rendah. Sebenarnya, dengan pengolahan yang baik mampu meningkatkan nilai tambah produk, pendapatan masyarakat, dan membuka pasar baru. Perlu adanya kolaborasi yang baik antara produsen (pelaku usaha) di

bidang pertanian, pemerintah, lembaga penelitian, keuangan, serta masyarakat. Teknologi yang kian berkembang saat ini, mampu mendorong pelaku usaha dalam memasarkan produk melalui berbagai *platform online* yang tersedia. Pelaku usaha yang memanfaatkan *platform* digital mencapai 13% dari 63 juta usaha mikro. Kondisi ini menjadi peluang bagi pelaku usaha untuk mulai beralih memasarkan produk pertanian secara *online*.

Tugas dan Evaluasi

Kerjakan latihan berikut ini!

1. Berikan penjelasan dengan rinci, mengapa pemasaran penting?
2. Sebutkan dan jelaskan teori *structure*, *conduct*, dan *performance* ?
3. Sebutkan dan jelaskan subsistem agribisnis serta berikan salah satu contoh produk pertanian ?

Pilihan jawaban yang paling tepat !

1. Karakteristik produk pertanian, kecuali
 - a. *Perishable*
 - b. *Voluminous*
 - c. Musiman
 - d. *Bulky*
 - e. Seragam
2. Subsistem agribisnis yang memiliki nilai tambah yang tinggi adalah
 - a. Subsistem agribisnis hulu
 - b. Usahatani
 - c. Subsistem agribisnis hilir
 - d. Kegiatan penunjang
 - e. Pemanenan
3. Subsistem agribisnis yang memiliki risiko tertinggi adalah
 - a. Subsistem agribisnis hulu
 - b. Usahatani
 - c. Subsistem agribisnis hilir

- d. Kegiatan penunjang
 - e. Pemanenan
4. Kegiatan sortasi, grading, dan standarisasi produk pertanian berada pada subsistem ...
- a. Hulu
 - b. Hilir
 - c. Kegiatan penunjang
 - d. Usahatani
 - e. Pengolahan
5. Sebutkan tambahan 3P dalam bauran pemasaran (*marketing mix*), yaitu ...
- a. *People, place, production*
 - b. *Product, price, pride*
 - c. *People, process, physical evidence*
 - d. *Promotion, process, pride*
 - e. *Process, price, production*

DAFTAR PUSTAKA

- Asmarantaka, R. W. (2012) *Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing)*. Institut Pertanian Bogor.
- Balitbangtan Departemen Pertanian (2007) *Prospek Dan Arah Pengembangan Agribisnis Tanaman Obat*. 2nd edn. Jakarta.
- BPS (2021) *Statistik E-Commerce 2021*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Davis, J. H. and Goldberg, R. A. (1957) *A Concept of Agribusiness*. Division of Research. Graduate School of Business Administration. Harvard University, Boston.
- Herliadi, W., S, D. H. and Ramdan, M. (2015) 'Analisis Pemasaran Kapulaga (Studi Kasus pada Kelompok Tani Cimanggu I di Desa Cimanggu Kecamatan Langkaplancar Kabupaten Pangandaran)', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 1(3), pp. 197–204.
- Kotler, P. and Amstrong, G. (2008) *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. 12th edn. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. and Keller, K. L. (2008) *Manajemen Pemasaran*. 12th edn. Jakarta: PT Indeks.
- Krisnamurthi, B. (2020) *Pengertian Agribisnis*. Puspa Swara.
- Levens, M. (2010) *Marketing : Defined, Explained, Applied*. Prentice Hall Inc.
- Nugroho, R. and Japarianto, E. (2013) 'Pengaruh People, Physical Evidence, Product, Promotion, Price dan Place terhadap Tingkat Kunjungan di Kafe Coffee Cozies Surabaya', *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(2), pp. 1–9. Available at: <https://media.neliti.com/media/publications/134687-ID-pengaruh-people-physical-evidence-produc.pdf>.
- Quddus, A. A. and Rostwentiwaivi, V. (2018) 'Peningkatan Nilai Tambah Terhadap Nira Aren Melalui Penggunaan Pengawet Alami', *MAHATANI: Jurnal Agribisnis (Agribusiness and Agricultural Economics Journal)*, 1(1), pp. 18–25. doi: 10.52434/mja.v1i1.368.
- Rostwentiwaivi, V. and Tustiyani, I. (2017) 'RANTAI NILAI PEMASARAN AKAR WANGI INDONESIA', 5(2), pp. 49–55.
- Waldman, D. E. and Jensen, E. J. (2007) *Industrial Organization*.

Theory and Practice. 3rd edn. United States of America:
Pearson Education.

BAB 7 PASAR

Oleh Dr. Ivonne Ayesha, S.P., M.P

7.1 Pengertian Pasar

Istilah pasar, bukan asing lagi bagi setiap orang. Pasar yang dimaksud umumnya mengarah pada pasar tradisional sebagai tempat masyarakat bisa menjual produknya dan membeli berbagai kebutuhan. Sesungguhnya pasar tersebut tidak hanya pasar tradisional, ada juga pasar modern, dan pasar yang spesifik seperti pasar induk, pasar ikan, pasar sayur, pasar ternak, pasar loak (barang bekas) dan sebagainya.

Apapun bentuknya, pasar merupakan tempat atau sarana terjadinya pertemuan dan interaksi antara pembeli (permintaan) dengan penjual (penawaran). Dua unsur ini (penjual dan pembeli atau penawaran dan permintaan) mutlak ada pada suatu pasar jenis apapun. Pertemuan dan interaksi antara penjual dan pembeli bisa terjadi secara langsung dan tidak langsung. Pasar tradisional adalah salah satu contoh terjadinya pertemuan dan interaksi secara langsung. Sedangkan pasar dengan interaksi atau hubungan tidak langsung, seperti pasar digital (*online*). Pada era sekarang ini, banyak kita jumpai pasar secara online, baik yang dilakukan oleh perusahaan maupun masyarakat umum. Hal ini karena kemajuan teknologi informatika (internet) yang sangat pesat dan dapat diakses secara terbuka oleh hampir semua lapisan masyarakat. Transaksi pasar akan terjadi jika telah tercapai kesepakatan antara pihak penjual dan pembeli terkait harga dan jumlah dari transaksi tersebut.

Berdasarkan keterangan di atas, sudah dapat kita ketahui pengertian pasar secara umum. Beberapa ahli yang menyampaikan pandangannya tentang pengertian pasar, dijelaskan berikut ini:

1. Hendra Riofita (2015), memberikan pengertian pasar secara tradisional, yaitu tempat bertemunya penjual dan pembeli, tetapi dari sisi bidang pemasaran, pasar

diartikan sebagai suatu kelompok individual (perorangan ataupun organisasi) yang memiliki permintaan terhadap suatu barang, berdaya beli, serta bermaksud untuk mewujudkan pembelian.

2. Robert. S Pindyck dan Daniel. L Rubinfeld (2012), menerangkan bahwa pada awalnya pasar diartikan sebagai suatu tempat yang mana pada hari-hari tertentu terjadi pertemuan penjual dengan pembeli untuk melakukan jual beli barang. Dari sisi ilmu ekonomi, pasar memiliki aspek-aspek:
 - a. merupakan suatu pertemuan,
 - b. terdapat orang yang menjual,
 - c. terdapat orang yang membeli,
 - d. adanya suatu barang atau jasa tertentu, dan
 - e. adanya harga pada tingkat tertentu.
3. N. Gregory Mankiw (2009) mengemukakan bahwa pasar yaitu sekumpulan pembeli dan penjual dari barang ataupun jasa tertentu. Di satu sisi para pembeli akan menentukan jumlah permintaan suatu produk dan di sisi lain para penjual akan menetapkan penawaran terhadap produk.
4. Secara sederhana, Kasmir dan Jakfar (2007) menuliskan bahwa pasar dimaknai sebagai tempat pertemuan antara para penjual dan pembeli guna melakukan sebuah transaksi. Pengertian tersebut memiliki arti bahwa pasar mempunyai tempat atau lokasi tertentu, sehingga dimungkinkannya pembeli dan penjual saling bertemu.
5. Algifari (2002), mengatakan bahwa pasar adalah sekelompok pembeli dan penjual, di mana mereka melakukan interaksi aktual atau potensi, dan sama-sama menyepakati dalam penentuan harga suatu/serangkaian produk, baik barang ataupun jasa.
6. W.Y. Stanton (1984), berpendapat bahwa pasar yaitu orang-orang yang memiliki keinginan untuk mencapai

kepuasan, memiliki uang untuk dibelanjakan, serta adanya keinginan untuk membelanjakannya.

Berdasarkan pengertian-pengertian tersebut terkandung tiga faktor utama sebagai penunjang untuk dapat terjadinya pasar, yaitu:

- a. faktor keinginan manusia
- b. faktor daya beli
- c. faktor tingkah laku konsumen dalam pembelian

7.2 Struktur Pasar

Struktur pasar (*market structure*) merupakan salah satu pedoman bagi perusahaan dalam mengambil kebijakan. Struktur pasar yang berbeda tentu kebijakan yang diambil akan berbeda pula. Misalnya, kebijakan dalam pasar monopoli akan berbeda dengan kebijakan pada pasar kompetitif.

Pengertian dari struktur pasar yaitu penggolongan produsen berdasarkan bentuk-bentuk pasar yang dibedakan atas: jenis produk yang dihasilkan, jumlah perusahaan dalam industri, sulit atau mudahnya keluar-masuk industri, serta peran iklan pada kegiatan-kegiatan industri. Berdasarkan hal tersebut, kita mengenal empat jenis struktur pasar, yaitu: 1) Pasar Persaingan Sempurna, 2) Pasar Monopoli, 3) Pasar Monopolistik, dan 4) Pasar Oligopoli. Berikut ini akan dijelaskan masing-masing jenis struktur pasar tersebut.

7.2.1 Pasar Persaingan Sempurna (*Free Market Competition*)

Pasar persaingan sempurna atau dikenal juga dengan persaingan murni, adalah struktur pasar dimana tidak terjadinya persaingan secara langsung antar pelaku. Struktur pasar persaingan sempurna ini dicirikan dengan terdapatnya penjual dan pembeli dalam jumlah yang sangat banyak dan jenis barang yang homogen atau relatif sama. Transaksi yang terjadi pada setiap individu sangat sedikit apabila dibandingkan dengan total output

industri. Hal ini mengakibatkan harga produk tidak dapat dipengaruhi oleh penjual maupun pembeli, mereka hanya berada di posisi penerima harga (*price taker*).

Informasi terkait dengan harga maupun kualitas produk di pasar sempurna, betul-betul sempurna dan dapat secara mudah diakses semua perusahaan. Hambatan untuk masuk atau keluar pada pasar ini tidak ada. Tidak ada keuntungan/laba di atas normal yang dapat diterima perusahaan dalam jangka panjang.

Pasar persaingan sempurna biasanya ditemui pada pasar barang-barang makanan pokok, seperti beras. Penjual dan pembeli beras jumlahnya sangat banyak. Mereka sama-sama tidak bisa mempengaruhi dan mengendalikan harga, melainkan hanya mengikuti harga yang berlaku di pasar.

Ciri-ciri Pasar Persaingan Sempurna

Prinsip pada pasar persaingan sempurna adalah bahwa setiap pelaku usaha atau perusahaan tidak ada yang mempunyai kekuatan dalam mempengaruhi harga pasar. Semuanya mempunyai sumber mobilitas yang relatif cukup tinggi terhadap harga. Di sisi lain pembeli atau konsumen sangat fleksibel. Berdasarkan pernyataan tersebut, maka yang menjadi ciri-ciri pasar persaingan sempurna dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Produk yang Ditawarkan Sama atau Homogen

Homogenitas produk ini merupakan ciri utama pasar persaingan sempurna, baik jenis maupun kualitasnya. Kondisi seperti ini sering membuat pembeli atau konsumen sulit membedakan suatu produk yang ditawarkan oleh satu penjual dengan penjual lain.

2. Terdapat Banyak Penjual dan Pembeli

Barang yang dijual relatif lebih sedikit dibandingkan dengan total barang di pasar persaingan sempurna. Kondisi ini memaksa penjual untuk mengikuti harga pasar dalam melakukan penjualan barangnya. Penjual juga harus

mengetahui dengan pasti bahwa jumlah barang yang akan dijual dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

Di sisi lain, pemberian barang oleh konsumen secara individu relatif sangat kecil dibandingkan total pembelian secara keseluruhan di pasar sempurna. Pembeli hanya mengikuti kecenderungan harga pasar dan hanya membeli sejumlah barang yang diinginkannya.

3. Informasi Pasar sama-sama diketahui Penjual dan Pembeli

Setiap penjual dan pembeli dipasar persaingan sempurna sama-sama memperoleh informasi pasar, baik yang berkaitan dengan harga, jenis dan kualitas barang/jasa, termasuk juga terhadap setiap perkembangan yang terjadi. Penjual membutuhkan informasi pasar untuk mengetahui perkembangan harga terbaru, sumber bahan baku, tingkat upah yang berlaku, dan sebagainya, sehingga dapat menjadi pedoman dalam memproduksi dan melakukan penjualan. Bagi pembeli, informasi pasar berguna untuk mengetahui harga barang atau jasa yang beraku, sehingga dapat menjadipedoman untuk melakukan pembelian.

4. Perusahaan Masih Skala Kecil

Pada pasar persaingan sempurna, pada umumnya didominasi oleh perusahaan-perusahaan kecil dibandingkan dengan ukuran keseluruhan pasar. Kondisi ini mengakibatkan tidak adanya perusahaan yang berperan sebagai pengontrol harga dan kuanttas produk. Penutupan salah satu perusahaan atau berhentinya salah satu pelaku usaha, tidak akan berpengaruh terhadap kondisi pasar. Pasar tetap berlangsung seperti biasa.

5. Terdapat Praktik *Free Entry & Free Exit* Perusahaan

Free Entry & Free Exit perusahaan, maksudnya yaitu tidak adanya hambatan bagi sebuah perusahaan yang ingin menghentikan usahanya yang disebabkan sesuatu hal,

misalnya karena dianggap tidak memberikan keuntungan layak. Dalam hal ini antar perusahaan tidak memiliki suatu kontrak bisnis yang mengikat.

6. Kebebasan Perpindahan Sumber Ekonomi

Perpindahan tempat berusaha dari satu tempat ke tempat lain, biasa terjadi di pasar persaingan sempurna. Demikian juga dengan perpindahan sumber daya atau tenaga, perusahaan-perusahaan di pasar sempurna tidak mengalami kesulitan. Hal ini bisa terjadi karena pada prinsipnya semua tempat produksi, cara produksi sampai pada proses pemasaran adalah sama.

7.2.2 Pasar Monopoli

Pasar monopoli memiliki struktur yang bertolak belakang dari pasar persaingan sempurna. Pasar monopoli ini merupakan salah satu bentuk pasar persaingan tidak sempurna, di mana hanya terdapat satu penjual, tidak adanya substitusi produk yang memiliki kesamaan (*close substitusi*), dan adanya hambatan masuk ke pasar (*barriers to entry*), adanya ketidaksempurnaan dalam memperoleh informasi tentang produk seperti harga dan kualitas.

Perusahaan monopoli bebas untuk menentukan jumlah output dan harga produk kapan saja. Perusahaan monopoli bisa mendapatkan keuntungan di atas keuntungan normal dalam jangka panjang, karena penjual adalah sebagai pihak penentu harga (*price setter*). Mereka akan menetapkan harga produknya dengan ketentuan yang dibuatnya sendiri.

Perusahaan yang menjalankan praktek monopoli dalam bisnisnya, biasanya menggunakan konsep pasar bebas. Pasar bebas adalah salah satu bentuk pasar yang konsepnya disusun oleh para ahli ekonomi barat. Dalam konsep pasar bebas segala bentuk kebijakan, baik harga maupun hal lainnya tidak memiliki batasan oleh pemerintah ataupun pihak lain.

Ciri-Ciri Pasar Monopoli

Berbagai sumber menyebutkan, sekurang-kurangnya terdapat empat ciri-ciri pasar monopoli. Secara lebih rinci, masing-masing ciri-ciri pasar monopoli dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Hanya ada satu penjual
Pembeli tidak dapat melakukan pilihan lain, karena hanya ada satu penjual. Pembeli harus menyetujui persyaratan yang ditetapkan penjual untuk bisa melakukan transaksi jual beli, seperti tingkat harga, kuantitas produk yang dapat dibeli, dan sebagainya.
2. Tidak ada substitusi produk yang mirip.
Produk/barang yang tersedia dipasar monopoli hanya satu jenis. Tidak ada produk/barang lain yang dapat menggantikan fungsi dan sifatnya. Misalnya, gas elpiji. Tidak ada barang lain pengganti yang memiliki fungsi persis seperti gas. Jika gas berfungsi sebagai bahan untuk menyalakan api ketika memasak sesuatu, mungkin masih bisa diganti dengan barang lain seperti kayu bakar, spiritus atau minyak tanah, namun tidak bisa digunakan untuk menyalakan kompor gas.
3. Adanya hambatan untuk masuk ke pasar
Bermacam-macam bentuk hambatan untuk masuk ke pasar monopoli, misalnya berupa undang-undang, peraturan daerah, membutuhkan teknologi tinggi. Bisa juga hambatan ini berbentuk jaminan atau ketersediaan modal besar yang sulit dipenuhi.
4. Menjadi Penentu Harga (*Price setter*)
Perusahaan monopoli dapat menentukan harga sesuai keinginan mereka melalui pengendalian tingkat produksi dan volume produksi. Bisa jadi mereka

mengurangi volume produksi pada waktu tertentu, sehingga pasokan kurang. Ketika pasokan kurang, maka cukup alasan untuk menaikkan harga.

Berdasarkan penjelasan tentang pasar monopoli, dapat dipahami bahwa struktur pasar yang demikian itu cenderung merugikan konsumen dan menguntungkan segelintir orang atau perusahaan. Pertanyaan yang muncul kemudian, mengapa bisa ada pasar monopoli? Berikut ini akan dijelaskan beberapa faktor yang menyebabkan munculnya monopoli, yaitu:

1. Perusahaan menguasai bahan baku strategis atau teknologi produksis pesifik.

Seperti contoh di atas, yaitu gas elpiji. Bahan baku gas elpiji hanya dikuasai sebuah perusahaan, yaitu Pertamina.

2. Hak Paten Produk

Hak paten berfungsi untuk melindungi perusahaan atas suatu produknya dari pemalsuan oleh pihak lain. Perusahaan yang telah memegang hak paten atas sebuah produk memiliki keleluasaan dalam memproduksi dan memasarkan produknya tanpa khawatir ditiru oleh perusahaan lain.

3. Adanya Skala Ekonomis

Penggunaan teknologi modern di beberapa kegiatan ekonomi, dapat mencapai efisiensi jika volume produksi sangat besar dan mencakup hampir produk yang dibutuhkan pasar.

Hal ini berarti bahwa ketika perusahaan mencapai keadaan di mana biaya produksi minimum, jumlah produksi adalah hampir sama dengan jumlah permintaan riil di pasar. Sifat skala ekonomis

demikian, pada tingkat produksi yang sangat tinggi, maka perusahaan dapat menurunkan harga. Akibatnya perusahaan baru tidak mungkin sanggup untuk bersaing dengan perusahaan yang terlebih dahulu berkembang. Kondisi yang demikian akan menimbulkan pasar monopoli. Biasanya initerjadipada perusahaan Perusahaan jasa umum, seperti perusahaan listrik, perusahaan air minum, perusahaan telepon, dan perusahaan kereta api.

4. Pemberian Hak Monopoli oleh Pemerintah

Pemerintah memiliki kewenangan untuk memberikan hak monopoli kepada suatu perusahaan atau lembaga tertentu. Misalnya: BUMN, Koperasi, dan lain-lain.

7.2.3 Pasar Monopolistik

Pasar monopolistik adalah struktur pasar yang sangat mirip dengan persaingan sempurna. Perbedaannya adalah bahwa pada pasar monopolistik, produsen mampu menciptakan produk yang berbeda dengan produklain yang ada di pasar (differensiasi produk). Akses terhadap informasi mengenai produk tidak sulit. Perusahaan-perusahaan dalam pasar monopolistik ini dapat dengan mudah untuk masuk dan keluar dari industri. Profit yang diterima perusahaan dalam jangka panjang berada pada posisi normal.

Pada prinsipnya, pasar monopolistik berada di antara dua jenis bentuk pasar yang ekstrem, yaitu persaingan sempurna dan monopoli. Oleh karenanya, sifat-sifat pasar monopolistik memiliki karakteristik pasar monopoli dan pasar persaingan sempurna. Dengan demikian, maka dfinisi dari pasar persaingan monopolistik adalah suatu pasar di mana terdapat banyak produsen/penjual yang menghasilkan dan menjual produk yang berbeda (*differentiated product*). Cadapun cri-ciri pasar persaingan monopolistik dapat dijelaskan seperti berikut ini:

1. Terdapat banyak penjual.

Banyak penjual pada pasar monopolistik tidaklah sebanyak pada pasar persaingan sempurna. Skala usaha perusahaan-perusahaan dalam pasar persaingan monopolistik pun relatif sama. Contohnya pasar konveksi/fashion, pasar alat-alat tulis, pasar sepatu, pasar perabot rumah tangga dan sebagainya.

2. Produknya tidak homogen (berbeda corak).

Produk atau barang-barang yang dihasilkan oleh suatu perusahaan pada persaingan monopolistik berbeda-beda coraknya. Secara fisik konsumen sangat mudah mengenali membedakan Karakteristik seperti inilah yang menjadi perbedaan utama dengan pasar persaingan sempurna. Di samping itu, perbedaan-perbedaan produk dapat diketahui dari kemasan, cara pembayaran dalam pembelian, pelayanan penjualan, dan lain-lain. Oleh karena adanya perbedaan corak tersebut maka produk perusahaan-perusahaan persaingan monopolistik tidak bersifat substitusi sempurna. Mereka hanya bersifat substitusi dekat (*close substitute*). Perbedaan-perbedaan tersebut nantinya menjadi dasar kekuatan monopoli dari perusahaan-perusahaan dalam pasar persaingan monopolistik.

3. Kekuatan perusahaan mempunyai hanya sedikit dalam mempengaruhi harga.

Kekuatan yang dimiliki perusahaan pada pasar monopolistik dalam mempengaruhi harga tidak sebesar pada pasar monopoli dan oligopoly. Kekuatan mempengaruhi harga bersumber dari perbedaan corak produk, di mana konsumen akan memilih sesuai

seleranya. Konsumen bisa saja lebih menyukai produk suatu perusahaan tertentu dan kurang menyukai produk perusahaan lainnya. Apabila suatu perusahaan menaikkan harga, ia masih dapat menarik pembeli walaupun tidak sebanyak sebelum kenaikan harga. Sebaliknya jika suatu perusahaan menurunkan harga, belum tentu diikuti oleh kenaikan permintaan produk yang dihasilkan.

4. Masuk ke dalam industri/pasar relative mudah.
Masuk ke dalam pasar persaingan monopolistik tidak sesulit masuk pasar monopoli dan oligopoly tetapi tidak juga semudah masuk pasar persaingan sempurna. Kondisi ini disebabkan oleh beberapa hal, seperti:
 - a. modal yang diperlukan relatif besar dibandingkan dengan perusahaan pada pasar persaingan sempurna,
 - b. perusahaan harus menghasilkan produk yang berbeda dengan produk yang sudah ada di pasar.
5. Persaingan promosi penjualan sangat aktif.
Harga bukanlah sebagai penentu besarnya pasar pada pasar persaingan monopolistik. Sebuah perusahaan bisa jadi menjual produknya dengan harga cukup tinggi dibandingkan produk lain, namun masih dapat menarik banyak konsumen. Strategi yang biasanya dilakukan oleh perusahaan untuk menarik konsumen sebanyak-banyaknya adalah dengan aktif melakukan promosi, memperbaiki pelayanan, inovasi produk, meningkatkan kualitas produk, variasi produk, dan sebagainya.

7.2.4 Pasar Oligopoli

Pasar oligopoli hampir sama seperti pasar duopoli. Perbedaannya terletak pada jumlah perusahaan yang menguasai pasar. Dalam pasar oligopoli, hanya ada beberapa (misalnya antara 2-10) perusahaan yang menguasai pasar baik secara independen (sendiri-sendiri) maupun secara bekerja sama. Sedikitnya jumlah perusahaan mengakibatkan terjadinya saling pengaruh antar kebijakan satu perusahaan dengan perusahaan lain. Maksudnya adalah bahwa kebijakan dari satu perusahaan akan mempengaruhi kepada kebijakan perusahaan yang lain. Terdapat duamacam pasar oligopoli, yaitu:

1. Oligopoli murni (*pure oligopoly*), yaitu apabila produk yang dihasilkan oleh pengusaha oligopoli homogen,
2. Oligopoli yang dibedakan (*differentiated oligopoly*), yaitu apabila produk yang dihasilkan tidak homogen.

Dalam teori ekonomi mikro, model Oligopoli dibagi dalam dua jenis, yaitu:

1. Oligopoli Non-kolusif terdiri dari model *Cournot*, model *Bertrand*, model *Chamberlain*, Model *Sweezy* dan model *Stackelberg*,
2. Oligopoli kolusif yang terdiri dari kartel dan kepemimpinan harga

Dalam menganalisis pasar oligopoli, dapat dilakukan dengan dua teori pokok, seperti berikut ini:

1. Tidak adanya suatu ikatan tertentu antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya dalam melakukan kegiatan (*independent action*)
2. Pengusaha-pengusaha yang ada dalam pasar oligopoli saling menjalin suatu ikatan (*collusion*) tertentu satu dengan lain. Ikatan tersebut ada dua bentuk, yaitu: a) ikatan

yang sempurna (*perfect collusion*), dan b) ikatan yang tidak sempurna (*imperfect collusion*).

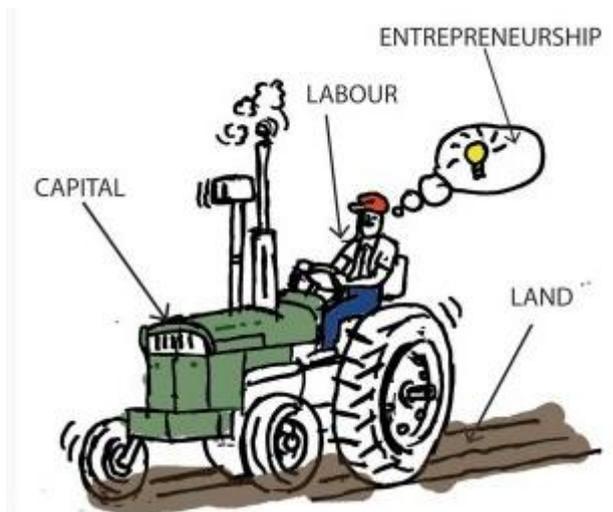
7.3 Pasar Faktor Produksi

Dalam Ilmu Ekonomi Pertanian kita mengenal faktor-faktor produksi, yaitu semua input untuk menghasilkan barang dan jasa. Input-input tersebut berupa barang dan jasa. Jadi, untuk dapat melakukan produksi guna menghasilkan suatu produk, maka dibutuhkan faktor-faktor produksi. Faktor produksi diperoleh melalui jual beli faktor produksi, karena rumah tangga perusahaan tidak memilikinya. Atas dasar kebutuhan akan faktor produksi tersebut, terbentuklah pasar faktor produksi.

Para pakar Ilmu Ekonomi mengartikan pasar produksi sebagai keseluruhan penawaran dan permintaan faktor-faktor produksi yang terdapat dalam suatu wilayah tertentu. Pada pasar produksi, para pemilik perusahaan/usaha berperan sebagai pembeli, sedangkan yang menjadi penjual adalah pemilik faktor produksi. Perbedaan antara pasar produksi dengan pasar barang, di antaranya adalah:

1. Penawaran dilakukan oleh pihak rumah tangga konsumen (pemilik faktor produksi).
2. Permintaan adalah pihak rumah tangga produsen (pemilik usaha/perusahaan).
3. Harga faktor produksi bagi rumah tangga konsumen (pemilik faktor produksi), merupakan pendapatan yang disebut dengan istilah sewa, upah, bunga dan keuntungan.
4. Pengeluaran yang dilakukan oleh rumah tangga produsen untuk memperoleh faktor produksi adalah merupakan biaya.
5. Barang atau komoditi yang diperjualbelikan adalah faktor produksi.

Literatur ekonomi barat kontemporer, menyebutkan bahwa ada empat faktor produksi, yaitu tenaga kerja, tanah/alam, modal, dan kewirausahaan. Menurut Baumol & Blinder (1991), bahwa imbalan yang diterima pemilik faktor produksi tersebut adalah sebagai upah untuk tenaga kerja, sewa untuk tanah/alam, bunga untuk modal, dan keuntungan untuk kemampuan kewirausahaan. Upah, sewa dan bunga, ditentukan melalui permintaan dan penawaran di masing-masing pasar faktor produksi. Ilustrasi ke empat faktor produksi tersebut seperti diperlihatkan pada Gambar 21.



Gambar 21. Macam-macam Faktor Produksi
(sumber gambar: romeconomics.com)

7.3.1 Pasar Faktor Produksi Tanah/Alam

Faktor yang paling mendasar dalam proses produksi adalah alam. Alam di sini meliputi bumi dan segala isinya, baik yang ada di atas permukaan bumi maupun yang terkandung di dalamnya. Sementara yang dimaksud dengan pasar faktor produksi alam yaitu kegiatan pertemuan antara calon penjual dan calon pembeli faktor

produksi alam. Balas jasa yang diterima adalah dalam bentuk sewa. Harga dan jumlah permintaan alam berbeda-beda, bergantung pada tingkat kesuburan, posisi lahan, dan luasnya alam yang digunakan.

Tingkat harga atau sewa tanah, bergantung pada jumlah permintaan. Semakin tinggi permintaan, semakin tinggi pula harga, demikian sebaliknya. Pada kenyataannya, harga sewa tanah dari waktu ke waktu terus meningkat, karena perkembangan penduduk yang membutuhkan infrastruktur berupa rumah, jalan, pabrik, fasilitas umum dan sebagainya. Di sisi lain, ketersediaan tanah tersebut adalah tetap, sehingga kurva penawaran tanah bersifat inelastis sempurna (berbentuk garis lurus).

Di samping jumlahnya tetap, tanah memiliki karakteristik unik yang tidak dimiliki oleh faktor produksi lain, yaitu tidak dapat berpindah tempat, dan tidak ada biaya produksi tanah. Faktor tanah/alam merupakan anugerah dari Sang Pencipta yang sudah ada sejak bumi diciptakan.

Berdasarkan karakteristik faktor tanah/alam tersebut, maka pasar faktor produksi tanah/alam/lahan ini merupakan pasar abstrak. Penjual dan pembeli bertemu tanpa membawa barang yang akan diperjualbelikan, tetapi hanya melakukan perjanjian.

7.3.2 Pasar Faktor Produksi Tenaga Kerja

Tenaga kerja adalah faktor produksi yang berperan dalam mengelola sumber daya lainnya. Pasar tenaga kerja merupakan aktivitas pelaku dalam mempertemukan para pencari kerja dengan pengguna tenaga kerja. Pasar tenaga kerja terjadi apabila pemilik perusahaan menggunakan jasa tenaga kerja dan terjadi perjanjian-perjanjian kerja antara pemilik perusahaan, tenaga kerja, dan serikat kerja. Sifat pasar tenaga kerja ditentukan oleh para pelaku tersebut. Pelaku-pelaku dalam pasar tenaga kerja antara lain penjual tenaga kerja, pembeli tenaga kerja, dan pengelola atau penyelenggara bursa.

Jasa tenaga kerja sebagai pelaksana dalam kegiatan produksi tidak dapat digantikan posisinya secara total oleh benda apapun. Meskipun saat ini sebagian tenaga kerja telah digantikan

peranannya oleh mesin, namun mesin pun masih memerlukan manusia (jasa tenaga kerja) untuk mengoperasikannya.

Tenaga kerja membutuhkan pengetahuan dan keterampilan agar ia memiliki skill dan kemampuan sesuai yang dibutuhkan dunia kerja untuk berperan dalam kegiatan produksi. Jasa tenaga kerja diberikan kepada para pengusaha yang membutuhkan tenaga kerja dan dengan memberi imbalan upah atau gaji. Upah atau gaji adalah jasa tenaga kerja yang dapat dihitung berdasarkan jam kerja ataupun unit hasil yang dikerjakan.

7.3.3 Pasar Faktor Produksi Modal

Pasar faktor produksi modal disini dapat meliputi pasar barang modal yang memperjual-belikan barang-barang modal seperti bahan-bahan baku, bahan pembantu, mesin-mesin produksi, dan alatalat produksi yang lain, serta pasar modal yang memperjual-belikan modal dalam bentuk dana (uang). Pasar barang modal merupakan suatu pasar yang mempertemukan penjual dan pembeli barangbarang modal untuk kepentingan proses produksi. Jika digunakan istilah penawaran dan permintaan, pasar barang modal dapat diartikan sebagai suatu pasar yang menghubungkan penawaran dan permintaan barang-barang modal. Faktor-faktor yang mempengaruhi kekuatan permintaan barang modal antara lain:

1. Motivasi para pengusaha/produsen untuk melakukan perluasan produksi. Semakin tinggi motivasi pengusaha/produsen untuk memperluas produksinya, maka akan semakin kuat (besar) permintaan akan barang modal tersebut.
2. Besarnya permintaan masyarakat terhadap produk yang dihasilkan oleh pengusaha/produsen yang bersangkutan.

Sementara itu, faktor yang memengaruhi penawaran barang modal antara lain:

- a. Ditemukannya sumber produksi baru untuk menghasilkan barang modal

- b. Keberhasilan masyarakat dalam memproduksi barang modal.
- c. Perubahan permintaan dan penawaran barang modal ini pada dasarnya akan memengaruhi keseimbangan pasar, sehingga harga barang modal dalam pasar tersebut pun akan mengalami perubahan.

7.3.4. Pasar Faktor Produksi Kewirausahaan/Keahlian

Faktor produksi kewirausahaan/keahlian adalah keahlian atau keterampilan seseorang dalam memanfaatkan/menggunakan faktor produksi dalam rangka menghasilkan barang atau jasa dan juga menanggung resiko dalam setiap usaha.

Pasar faktor produksi kewirausahaan adalah pasar yang memperjualbelikan faktor produksi kewirausahaan. Setiap kegiatan produksi, terutama produksi dalam skala besar, tidak bisa berjalan dengan baik bila tidak ada orang yang mengelola kegiatan tersebut. Diperlukan orang yang bisa mengorganisasikan dan mengombinasikan tiga faktor produksi (yakni faktor produksi alam, tenaga kerja, dan modal) agar bisa diperoleh hasil produksi yang diinginkan. Orang itulah yang disebut wirausaha. Jadi, pada dasarnya wirausaha adalah orang yang mampu mengorganisasikan dan mengombinasikan faktor produksi alam, tenaga kerja, dan modal agar bisa diperoleh hasil produksi yang diinginkan. Akan tetapi, selain pengertian dasar tersebut, berbagai ahli dan praktisi ekonomi juga mengartikan wirausaha dengan beberapa sudut pandang.

Wirausaha juga bisa diartikan sebagai orang yang mampu melihat peluang, selalu mengejar dan memanfaatkan peluang dengan cara mengombinasikan faktor-faktor produksi untuk menghasilkan barang/jasa dalam rangka mencari laba. Usaha yang dijalankan wirausaha memiliki bentuk-bentuk badan usaha. Ditinjau dari segi hukum, bentuk-bentuk badan usaha tersebut terdiri atas badan usaha perseorangan, firma, dan CV (keduanya merupakan usaha persekutuan), serta PT (Perseroan Terbatas).

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari, 2012. *Ekonomi Mikro Teori dan Kasus*. Edisi Kesatu Yogyakarta : STIE YKPN. h.92
- Robert. S Pindyck dan Daniel. L Rubinfeld, 2012. *Mikro Ekonomi Edisi Delapan*. Jakarta: Erlangga. h.8
- N. Gregory Mankiw, 2009. *Principles of Economic* : Pengantar Ekonomi Mikro. Jakarta: Salemba Empat.
- Hendra Riofita, 2015. *Strategi Pemasaran*, Pekanbaru: CV. Mutiara Pesisir Sumatra.
- Sitio, V. S. S. 2020. *Modul Ekonomi Mikro*. Fakultas Ekonomi. Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma.
- Stanton, William J. 1984. *Fundamentals of Marketing*. 8th Edition. Mc Graw Hill.

BAB 8

PERDAGANGAN INTERNASIONAL

Oleh Dyah Budibruri Wibaningwati

8.1 Pendahuluan

Perdagangan internasional yaitu perdagangan yang dilaksanakan oleh penduduk pada suatu negara dengan negara lain atas dasar kesepakatan bersama. Perdagangan internasional ini dapat terjadi antar perorangan, dapat juga antar perorangan dengan pemerintah negara lain atau antar pemerintah dengan pemerintah negara lain. Tujuan utama dari perdagangan internasional untuk menambah Gross Domestic Product (GDP) atau Produk Domestik Bruto (PDB). Dampak dari perdagangan internasional baru dirasakan beberapa dekade belakangan ini terhadap ekonomi, sosial dan politik. Industrialisasi semakin menjadi maju dengan adanya perdagangan internasional, begitu juga transportasi menjadi lebih berkembang, globalisasi dan munculnya perusahaan multinasional.

Perdagangan internasional tidak semudah perdagangan di dalam negeri, perdagangan ini lebih rumit dan kompleks. Rumit dan kompleksnya perdagangan internasional karena adanya hambatan pada batas-batas politik dan kenegaraan misalnya tarif, kuota barang impor dan bea. Hambatan yang lain dalam perdagangan internasional adalah mata uang yang berbeda, budaya, bahasa dan hukum perdagangan internasional masing-masing negara (Siregar, W, 2020).

Bangsa Indonesia sudah melakukan perdagangan antar negara sejak jaman dahulu dengan negara lain seperti Australia, Afrika, Amerika, Eropa dan Amerika Latin.

8.2 Dasar Teori Perdagangan Internasional

Teori perdagangan internasional menganalisa dasar perdagangan internasional serta laba yang didapat. Pembahasan

pada kebijakan internasional meliputi bukti dan pengaruh pembatasan perdagangan serta hal yang menyangkut perlindungan. Pasar valuta asing (valas) adalah pasar dimana bertemunya pembeli dan penjual mata uang asing, sedangkan neraca pembayaran adalah neraca yang meliputi arus perdagangan internasional dan arus modal internasional.

8.2.1 Teori Keunggulan Mutlak

Adam Smith memperkenalkan teori keunggulan mutlak yaitu teori yang menyatakan bahwa negara akan bertambah sejahtera jika sejalan dengan naiknya keterampilan dan efektifnya jumlah tenaga kerja serta penduduk dalam proses produksi. Negara yang memiliki keunggulan mutlak jika negara tersebut melaksanakan spesialisasi dalam menghasilkan barang dibandingkan dengan negara lain. Spesialisasi dalam memproduksi barang dapat digambarkan berikut ini:

Tabel 7. Gambaran Teori Keunggulan Mutlak

| | Negara C | Negara D |
|------|------------------------|------------------------|
| Kopi | 10 bagian/tenaga kerja | 5 bagian/tenaga kerja |
| Teh | 6 bagian/tenaga kerja | 12 bagian/tenaga kerja |

Dari gambaran di atas dapat dilihat bahwa negara C mempunyai keunggulan absolut dalam menghasilkan kopi begitu pula dengan negara D mempunyai keunggulan mutlak dalam menghasilkan teh. Dapat dikatakan perdagangan internasional mempunyai keunggulan mutlak jika memberikan keuntungan. Negara C mengekspor kopi ke negara D dan mengimpor teh dari negara D dan sebaliknya negara D mengekspor teh ke negara C dan mengimpor kopi dari C (Sofyan M.Idham, 2017).

8.2.2 Teori Keunggulan Komparatif

David Ricardo memperkenalkan teori keunggulan komparatif yaitu keadaan dimana negara mempunyai keunggulan yang lebih besar pada barang tertentu dibandingkan barang yang lain. Pada

kondisi yang sama, negara lain justru memiliki keunggulan yang lebih kecil dan juga memiliki kelemahan di dalam barang tersebut. Teori ini menerangkan bahwa perdagangan masih dapat berlangsung serta tetap memberikan keuntungan bagi kedua pihak. Meskipun ada satu negara yang memiliki keunggulan komparatif dari kedua jenis produk.

Contoh dari keunggulan komparatif yaitu Negara Cina dengan negara Amerika dimana Cina memiliki SDM atau tenaga kerja lebih murah, dengan memproduksi barang-barang konsumen yang sederhana dan biaya lebih rendah. Sedangkan Amerika memiliki keunggulan komparatif tenaga kerja khusus dengan banyak dana atau modal. Pekerja Amerika dapat menghasilkan peluang investasi dengan biaya yang lebih sedikit.

Keunggulan komparatif menjelaskan bahwa suatu negara dapat memproduksi dan melaksanakan ekspor meskipun masyarakatnya tidak memiliki keterampilan pada produksi jika dibandingkan dengan negara lain. Jadi, suatu negara mengkhususkan dalam menghasilkan barang tertentu, dimana negara tersebut mempunyai keunggulan komparatif di dalamnya (Azizah, L, 2022).

8.3 Manfaat Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional memiliki kebijakan yang terdiri dari beberapa faedah dimana salah satunya adalah terbukanya peluang bagi negara lain untuk menggunakan sumberdaya yang ada di negara lain dengan seimbang. Selain itu perdagangan internasional memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak. Ada beberapa manfaat dari perdagangan internasional yaitu:

1. Terbentuknya persahabatan antar negara
Perdagangan internasional dapat menjalin hubungan kerja sama dengan negara lain sehingga persahabatan antar negara dapat terbentuk dan memperluas kerja sama di bidang politik, militer dan kebudayaan.

2. Menciptakan efisiensi serta spesialisasi

Terciptanya spesialisasi dibidang ekonomi dengan adanya perdagangan internasional. Dengan adanya kerjasama dalam perdagangan internasional, penduduk memiliki keahlian tersendiri yang tidak sama dengan negara lain agar mendapatkan nilai jual produk dan jasa untuk dijual ke negara lain.

3. Meningkatkan kesejahteraan negara

Kerjasama antar negara akan mensejahterahkan kedua negara tersebut, hal ini dapat dilihat melalui kegiatan pelaku ekonomi meliputi konsumen, produsen dan pemerintah. Ketiga pelaku ekonomi akan sama-sama diuntungkan dengan adanya kebijakan perdagangan internasional. Pemerintah mendapatkan devisa, produsen diuntungkan dengan perdagangan antar negara dan konsumen mendapatkan kemudahan memperoleh barang yang diinginkan.

4. Mengurangi pengangguran

Perdagangan internasional akan mengurangi pengangguran karena jika produsen menerima banyak pesanan, maka produsen akan membuka lowongan tenaga kerja dengan demikian akan mengurangi jumlah pengangguran.

5. Transfer ilmu pengetahuan dan teknologi

Perdagangan internasional memungkinkan untuk dapat mentransfer ilmu pengetahuan dan teknologi, bagi negara yang lebih maju teknologi dan ilmu pengetahuannya bisa menstrafer kepada negara yang membutuhkan agar tercipta mobilisasi teknologi di negara pengimpor.

6. Harga menjadi stabil

Harga menjadi stabil dengan adanya perdagangan internasional, jika harga barang domestik menjadi naik karena jumlah produksinya terbatas, maka mengakibatkan tidak terpenuhinya permintaan pasar sehingga harus dipenuhi dari impor (Alam S, 2007).

Langkanya barang akibat harga naik bisa diatasi melalui impor agar stok di pasar domestik tetap terjaga.

8.4 Faktor Pendorong Perdagangan Internasional

Terjadinya perdagangan internasional didorong beberapa hal yaitu:

1. Keanekaragaman kondisi alam

Kondisi alam masing-masing negara berbeda-beda, sebagai contoh Indonesia yang begitu melimpahnya sumberdaya alam yang dimiliki seperti batu bara, minyak bumi, karet dan kayu, tetapi belum mempunyai kemampuan mengolah yang memadai sehingga mendorong Indonesia untuk mengeksport bahan baku tersebut ke negara lain untuk diolah.

2. Biaya produksi menjadi lebih hemat

Negara yang mempunyai ilmu pengetahuan dan teknologi yang sudah lebih maju, menghasikan handphone dan mobil dengan biaya produksi yang mahal. Maka untuk membeli handphone dan mobil dari negara yang membuat barang tersebut akan menghemat biaya produksi.

3. Terpenuhinya kebutuhan nasional

Tidak seluruh kebutuhan dalam negeri dapat terpenuhi dari dalam negeri, guna memenuhi kebutuhan dalam negeri maka diperlukan adanya impor dari negara lain. Dengan demikian kebutuhan produk didalam negeri dapat terpenuhi.

4. Perbedaan penguasaan teknologi

Penguasaan teknologi untuk setiap negara tidaklah sama, hal ini yang menyebabkan terjadinya perdagangan internasional. Sebagai contoh, negara Jepang memproduksi mobil dengan teknologi yang lebih maju dan harga yang murah, maka negara Jepang menjual mobilnya ke negara yang memiliki teknologi lebih sederhana seperti Indonesia yang mengimpor mobil dari Jepang (Ajriah, 2019).

8.5 Kebijakan Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional memiliki kebijakan yang bertujuan untuk mengatasi dampak dari negara lain terutama dampak ekonomi, terlindungnya industri dalam negeri,

meningkatkan kesejahteraan rakyat, mendukung pembangunan ekonomi suatu negara, dan tercapainya keseimbangan neraca pembayaran. Adapun kebijakan perdagangan internasional sebagai berikut:

8.5.1 Kebijakan ekspor

Ekspor adalah aktivitas pengiriman barang keluar dari daerah pabean Indonesia ke pabean negara lain dengan aturan tertentu tentang barang dan sistem pengangkutannya. Berikut kebijakan perdagangan ekspor:

- 1) Subsidi ekspor yaitu bantuan yang diberikan kepada pengusaha eksportir dengan memberikan bantuan dalam bentuk keringanan tarif angkut yang lebih murah, keringanan pajak, memperoleh kredit dengan bunga lebih rendah dan memberi kemudahan dalam mengurus ekspor.
- 2) Diversifikasi ekspor merupakan keanekaragaman barang yang dikirim ke luar negeri dengan menambah banyak macam barang yang akan di ekspor. Misalnya pada awal pengiriman ke luar negeri, jenis komoditasnya adalah tekstil, karet, lalu terjadi penambahan komoditas yang lain seperti rumput laut, kayu lapis dan gas LNG (<https://brainly.co.id/tugas/14250143>). Penambahan jenis barang yang di ekspor dinamakan diversifikasi horizontal. Sedangkan menambah variasi barang yang diekspor seperti karet yang diolah menjadi ban motor atau ban mobil, kemudian kapas yang diolah menjadi pakaian disebut dengan diversifikasi vertikal (<https://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/82811>).
- 3) Premi ekspor yaitu premi yang berguna untuk mengaktifkan dan memotivasi para produsen dan

eksportir. Premi ekspor tersebut berasal dari pemerintah dalam bentuk premi atau insentif. Premi diberikan sebagai perangsang untuk meningkatkan kualitas barang yang di ekspor. Premi dialokasikan juga untuk wirausaha kecil dan menengah yang akan mengekspor barang.

- 4) Kebijakan penurunan nilai mata uang (rupiah) atas mata uang dari negara asing disebut dengan devaluasi. Dampak dari kebijakan tersebut harga barang ekspor menjadi lebih ekonomis bila dibandingkan mata uang asing (dollar), sehingga ekspor dapat ditingkatkan dan berkompetisi di pasar global.
- 5) Mengembangkan barang dagangan yang diiklankan di luar negeri dengan cara mempromosikan barang yang akan dijual ke luar negeri sehingga produksi dapat ditingkatkan. Agar produk lebih dikenal, salah satunya dengan mengadakan promosi yaitu berupa pameran dagang di luar negeri.
- 6) Mewujudkan kesepakatan kerja sama ekonomi internasional baik kerja sama ekonomi bilateral, regional dan multilateral agar dapat mengembangkan dan meningkatkan pasar untuk produk buatan dalam negeri di luar negeri serta memperoleh pembeli dari negara lain melalui kontrak pembelian.
- 7) Mengendalikan nilai kurs rupiah agar tetap stabil terhadap mata uang negara lain

Nilai mata uang rupiah yang stabil terhadap mata uang negara lain sangat diperlukan untuk kelangsungan usaha bagi pengusaha importir dan pengusaha yang menggunakan produk dari luar negeri. Apabila nilai mata uang negara asing lebih tinggi dari kurs rupiah maka akan menjadikan wirausaha dimana bahan bakunya berasal dari negara

lain, memerlukan biaya yang tinggi untuk membeli barang dari negara lain akibatnya harga barang yang diproduksi menjadi lebih mahal. Mahalnya harga barang, membuat omzet menjadi turun sehingga akan mengganggu kelangsungan usahanya (Siregar W, 2020)

Pelaksanaan ekspor ke negara lain dapat dilakukan dengan beberapa cara (Amir M.S., 2003) yaitu:

1. Ekspor biasa, pelaksanaannya barang dikirim ke negara lain melalui kebijakan yang legal. Barang ditujukan kepada pemesan di luar negeri yang sebelumnya sudah ada perjanjian dengan pengimpor di luar negeri. Berdasarkan peraturan yang berlaku, maka hasil devisa yang berasal dari hasil ekspor, dapat dijual kepada Bank Indonesia, sedangkan eksportir menerima pembayaran dalam mata uang rupiah sesuai dengan penetapan nilai kurs valuta asing yang ditentukan dalam bursa valuta, atau dapat juga dikenakan sendiri oleh eksportir (<http://feb.untan.ac.id/wp-content/uploads/2019/12/7-Muzan.pdf>).
2. Barter, yaitu mengirim barang ke manca negara untuk dapat dipertukarkan langsung dengan barang, dengan tidak menerima pembayaran dalam mata uang rupiah (<http://feb.untan.ac.id/wp-content/uploads/2019/12/7-Muzan.pdf>). Seperti halnya pada masa primitif atau suku terasing, untuk mencukupi keperluan hidupnya dengan cara saling menukar barang yang diproduksi dengan barang apa yang dimiliki oleh tetangganya.
3. Konsinyasi merupakan pengangkutan produk yang dikirim ke luar negeri untuk dijual kemudian hasil penjualannya dianggap sama dengan hasil ekspor biasa.

Jadi, komoditi yang dikirim ke negara lain bukan untuk dipertukarkan dengan komoditi lain seperti halnya barter, bukan juga untuk memenuhi suatu transaksi yang sebelumnya sudah dilakukan seperti halnya pada ekspor biasa.

4. *Package-Deal*, pemerintah mengadakan perjanjian perdagangan ke salah satu negara untuk meningkatkan pasar hasil bumi Indonesia terutama dengan negara sosialis. Kesepakatan tersebut berisi jumlah barang tertentu yang akan di ekspor dan negara tersebut akan mengimpor sejumlah jenis barang yang kita perlukan. Prinsipnya sejenis barter dengan beragam komoditi.
5. Penyelundupan (*smuggling*). Penyelundupan ini mempunyai tujuan membawa kekayaan dari satu negara ke negara lain dan tidak dilengkapi dengan ketentuan yang berlaku. Bahaya yang terjadi dari penyelundupan ini adalah berpindahnya kekayaan dalam negeri ke negara lain (*assets flight*) dengan tidak mendapatkan ganti rugi. Penyelundupan dengan membawa kekayaan dari satu negara ke negara lain yang tidak dilengkapi dengan ketentuan yang berlaku merupakan cara menguras atas aset negara dan masyarakat.

8.5.2 Kebijakan impor

Berdasarkan undang-undang No.10 Tahun 1995 tentang kepabeanan, impor adalah aktivitas memasukkan barang kedalam daerah bea cukai. Impor diperlukan bagi negara untuk mencukupi kebutuhan di dalam negeri yang belum dapat dipenuhi di dalam negeri. Kebijakan impor dibutuhkan untuk menjaga produk di dalam negeri agar tidak merugi melalui cara berikut ini (Siregar W, 2020):

- 1) Pengenaan bea masuk, yaitu pungutan dari negara untuk barang impor dengan tujuan melindungi produk dalam negeri dan tujuan lain yaitu untuk penerimaan keuangan negara. Bea masuk ini diberlakukan jika ada produk di dalam negeri yang sejenis dari produk impor hingga dapat bersaing dengan produk dari luar negeri secara bebas. Saat ini kecenderungan tarif bea semakin menurun dengan berlakunya *Free Trade Agreement* (FTA). World Trade Organization (WTO) memberikan ruang untuk proteksi bagi negara-negara yang menghasilkan barang-barang tertentu khususnya produk pertanian.
- 2) Kuota impor merupakan prosedur untuk menentukan masuknya barang-barang dari luar negeri. Hasil dari kuota impor tersebut, akan terjadi; harga barang menjadi naik, jumlah barang di pasar menurun, impor barang menjadi menurun, harga barang menjadi naik, produksi barang di dalam negeri meningkat.
- 3) Pengendalian Devisa yaitu pembatasan dan penjatahan jumlah devisa yang ditujukan untuk membayar barang yang berasal dari luar negeri (impor) sehingga importir harus menentukan jumlah barang yang akan diimpor.
- 4) Substitusi impor yang bertujuan agar tidak terlalu bergantung pada produk luar negeri melalui cara memotivasi produsen didalam negeri untuk memproduksi komoditi yang berasal dari negara lain.
- 5) Devaluasi adalah prosedur moneter dari pemerintah yang dilakukan dengan cara menurunkan nilai tukar mata uang dalam negeri. Terutama untuk mata uang asing yang mempengaruhi transaksi dalam perdagangan internasional. Tujuan dari devaluasi untuk menstabilkan

nilai mata uang dalam negeri dan menjaga nilai ekspor-
impor serta menjaga nilai devisa negara.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajriah (2019 *Perdagangan Internasional*,
Sumber.belajar.kemdikbud.go.id
- Alam, S (2007 *Ekonomi*, Jakarta. Erlangga.
- Amir M.S. (2003 *Ekspor Impor Teori dan Penerapannya*, Cetakan 8.
Penerbit Lembaga Manajemen PPM, Jakarta Pusat.
- Azizah Lely (2022 *Apa itu Keunggulan Komparatif dan Contohnya*,
[Gramedia.com/best-seller/keunggulan -komparatif](https://www.gramedia.com/best-seller/keunggulan-komparatif)
- Jafar Mohamad (2014 *Kajian Atas Pengenaan Bea Masuk Menggunakan Tarif Spesifik*, Pusdiklat Bea dan Cukai.
bppk.kemenkeu.go.id
- Siregar Wishman (2020 *Perdagangan Internasional MODUL- PERTEMUAN-8-EKONOMI-MAKRO*, STIE_IGI.
- Sofyan M. Idam (2017 *Teori Perdagangan Internasional (II)*,
Business School. Binus University.
- Kabar Finansial (2020 *Apa Itu Devaluasi*)
<https://www.wartaekonomi.co.id/read312987/apa-itu-devaluasi>.
- <https://www.gramedia.com/best-seller/keunggulan-komparatif/>
diakses 30 Maret 2022 jam 10.00
- <https://brainly.co.id/tugas/14250143>
- <https://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/82811>
- <http://feb.untan.ac.id/wp-content/uploads/2019/12/7-Muzan.pdf>

BAB 9

PROGRAM-PROGRAM PERTANIAN

Oleh Dr. Sri Jumiyati, S.P., M.Si

9.1 Indikator Makro Pertanian

Indikator Makro Pertanian Pertanian mempunyai peranan penting dalam kehidupan manusia. Sektor pertanian memegang peranan penting terhadap kehidupan bangsa Indonesia karena menjamin ketersediaan pangan, pakan untuk ternak, dan bioenergi. Pertanian memiliki kedudukan yang sangat strategis untuk menunjang sektor perekonomian nasional, terutama dari aspek ketahanan pangan, peningkatan daya saing, penyerapan tenaga kerja dan penanggulangan kemiskinan. Selain itu, juga ikut menunjang pengembangan agroindustri hilir dan mendorong peningkatan ekspor komoditas pertanian untuk peningkatan devisa negara (Gdq *et al.*, 2017)

Purwaningsih (2008), menyatakan bahwa peranan sebagai sumber penyediaan pangan masyarakat Indonesia merupakan suatu tantangan besar bagi sektor pertanian. Tahun 2050 yang akan datang diperkirakan penduduk Indonesia mencapai 330,9 juta jiwa, terbesar keenam di dunia setelah India, Tiongkok, Nigeria, Amerika Serikat dan Pakistan. Dalam upaya mencapai ketahanan pangan dalam negeri seperti yang tercantum dalam Undang-undang Nomor 17 Tahun 2007 tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN) Tahun 2005-2025, maka sektor pertanian berupaya untuk mewujudkan swasembada pangan dan peningkatan ekonomi Indonesia. Pertumbuhan ekonomi nasional diharapkan mengalami peningkatan hingga 5,7-6,0% per tahun selama jangka waktu lima tahun mendatang. Peningkatan tersebut disebabkan oleh meningkatnya produktivitas, investasi berkelanjutan, perbaikan pasar tenaga kerja dan peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM).

Menurut Dermoredjo dan Noekman (2016), tahun 2024, pertumbuhan ekonomi akan diawali dengan perubahan indikator makro perekonomian Indonesia diantaranya stabilisasi inflasi, penurunan kemiskinan, penurunan tingkat pengangguran, penurunan tingkat rasio gini dan peningkatan Indeks Pembangunan Manusia (IPM). Kondisi umum pembangunan pertanian di Indonesia terlihat melalui pencapaian indikator makro, produksi komoditas strategis pertanian dan capaian kinerja pertanian lainnya sebagai berikut: PDB Selama kurun waktu 2015-2020, PDB harga konstan pertanian menunjukkan tren pertumbuhan yang cukup signifikan. Pertumbuhan PDB mencapai 3,3% pada tahun 2018 dan 2019 mengalami kenaikan cukup tinggi dibandingkan dengan tahun 2015 yang hanya meningkat sebanyak 3,0%.

Pada tahun 2020, terjadi penurunan pertumbuhan sebesar 2,11% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Hal tersebut disebabkan adanya penurunan tingkat produksi tanaman pangan yang diakibatkan musim kemarau yang panjang. Kontribusi sektor pertanian terhadap PDB melandai menjadi 10,20%. Penurunan sumbangan sektor pertanian menunjukkan telah terjadi perubahan kondisi perekonomian nasional, yang sebagian besar merupakan hasil produk primer pertanian telah berpindah ke produk usaha di luar sektor pertanian. Capaian pembangunan pertanian di Indonesia dapat dilihat berdasarkan indikator makro pertanian dan capaian kinerja pertanian, antara lain:

Produk Domestik Bruto (PDB)

Selama kurun waktu 2015-2020, PDB harga konstan pertanian menunjukkan tren pertumbuhan yang cukup signifikan. Pada tahun 2018 dan 2019, pertumbuhan PDB mencapai 3,3%, naik cukup tinggi jika dibandingkan pada tahun 2015 yang hanya tumbuh 3,0%. Pada tahun 2020, terjadi penurunan pertumbuhan sebesar 2,11% dibandingkan tahun sebelumnya, dikarenakan penurunan laju peningkatan produksi tanaman pangan akibat musim kemarau yang panjang. Pada Tahun 2020 sumbangan sektor pertanian terhadap PDB

melandai menjadi 10,20%. Penurunan kontribusi sektor pertanian memperlihatkan perubahan kontribusi sektor pertanian terhadap perekonomian Indonesia.

Tenaga Kerja Pertanian

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), penduduk Indonesia masih dominan berusaha di sektor pertanian dengan pangsa pasar tenaga kerja sebesar 24,96% pada tahun 2020 atau sekitar 35,00 juta orang dari total angkatan kerja yang berjumlah 140,22 juta orang.

Nilai Tukar Petani (NTP)

NTP dihitung dengan cara membandingkan antara indeks harga yang diterima petani (It) terhadap indeks harga yang dibayarkan petani (Ib). NTP berfungsi untuk menganalisis nilai tukar produk yang dijual oleh petani dengan produk yang dibeli oleh petani berdasarkan nilai produksi dan konsumsi rumah tangga. NTP juga bisa sebagai indikasi kemampuan daya saing antara produk pertanian dengan produk lainnya. Peningkatan NTP terbesar diperoleh melalui sub sektor hortikultura yaitu 2,54%, sedangkan nilai terendah diperoleh melalui subsektor peternakan yaitu senilai 0.63%. Sementara itu, penurunan NTP terjadi pada sub sektor tanaman perkebunan rakyat sebesar -0,15%. Tahun 2020 terjadi kenaikan NTP sebesar 0,37 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Peningkatan NTP dipengaruhi oleh tingginya indeks harga hasil produksi dibandingkan peningkatan indeks harga barang dan jasa yang dikonsumsi petani.

Neraca Perdagangan

Neraca perdagangan pada sektor pertanian menggambarkan tren yang fluktuatif. Pada tahun 2019, neraca perdagangan hanya surplus sebanyak US\$ 8,59 miliar. Secara umum, sub sektor perkebunan menjadi kontributor utama surplus neraca perdagangan. Pada tahun 2020 saat neraca perdagangan hampir semua sektor turun, sektor pertanian justru meningkat sebesar 33,28% atau sebesar US\$ 11,46 miliar, hal ini merupakan

kontribusi dari sektor perkebunan yang meningkat sebesar 13,08% dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

Investasi

Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN) meningkat menjadi Rp 43,6 triliun ditahun 2019, namun pada tahun 2020 kembali mengalami penurunan menjadi Rp. 32,1 triliun. Sedangkan untuk Penanaman Modal Asing (PMA) di sektor pertanian, nilai investasi tahun 2020 sebesar Rp. 16,7 triliun. Realisasi investasi sektor pertanian baik PMDN maupun PMA, lebih terfokus pada sub sektor perkebunan, dibandingkan dengan sub sektor tanaman pangan, hortikultura dan peternakan.

9.2 Program Peningkatan Produksi Pertanian

Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat bahwa sektor pertanian menempati posisi kedua yang mengalami peningkatan signifikan dan mempengaruhi pertumbuhan ekonomi, setelah industri pengolahan. Peningkatan sumbangan sektor pertanian terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia tidak terlepas dari usaha pemerintah dalam memacu peningkatan produksi pangan, khususnya komoditas pertanian unggulan. Usaha peningkatan produksi pertanian melalui peningkatan luas tanam dan bantuan sarana dan prasarana budidaya pertanian (Aldillah, 2016).

Usaha peningkatan produksi pertanian akan terus diupayakan melalui kegiatan intensifikasi, ekstensifikasi, serta rehabilitasi. Intensifikasi merupakan usaha peningkatan produksi hasil pertanian dengan memanfaatkan lahan kering, perairan, area pasang surut serta pemanfaatan sarana produksi, pestisida, pupuk, air dan lain-lain. Ekstensifikasi adalah usaha peningkatan produksi hasil pertanian dengan perluasan area panen baik tanaman pangan atau tanaman perkebunan, perluasan area tangkapan ikan, perluasan penanaman untuk pakan ternak, serta penggunaan sumber daya lainnya. Sedangkan diversifikasi adalah usaha peningkatan produksi pertanian dengan peningkatan pemanfaatan keanekaragaman dalam berusahatani baik secara vertikal sejak

tahap produksi hingga pada tahap pemasaran, maupun secara horizontal dengan menyesuaikan antara jenis komoditi dan potensi wilayah. Selanjutnya rehabilitasi adalah usaha peningkatan produksi pertanian dengan cara pengembalian produktivitas sumber daya yang rusak agar tidak membahayakan kondisi lingkungan juga memulihkan kemampuan produktifitas usahatani di daerah rawan (Afandi, 2011).

Salah satu tujuan pembangunan pertanian adalah peningkatan produksi pertanian yang membutuhkan peluang pasar dan harga bersaing agar dapat mengembalikan biaya yang dikeluarkan petani menciptakan keuntungan bagi petani dalam menjalankan usahatannya. Pembangunan pertanian tidak akan mengalami kemajuan yang signifikan tanpa diikuti dengan perkembangan ilmu dan teknologi yang baru melalui program penelitian dan pelatihan. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi pertanian akan mendukung kegiatan pertanian dalam upaya peningkatan produksi pertanian. Selain pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi baru. Petani sangat membutuhkan motivasi untuk memberikan dorongan dan semangat dalam melaksanakan dan mengembangkan usaha taninya antara lain kebijaksanaan harga, bagi hasil, ketersediaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga petani, penyuluhan pertanian, dan penghargaan terhadap prestasi dan kontribusi petani serta ketersediaan akses transportasi yang murah dan efisien sehingga hasil pertanian dapat terdistribusi secara merata dan efektif (Vernando, Jumiyati and Bachri, 2022).

9.3 Peningkatan Eksport Pertanian

Pertanian adalah salah satu usaha yang sanggup bertahan dari serangan pandemi Covid-19 yang diperlihatkan dengan peningkatan nilai ekspor pertanian. Nilai ekspor pertanian tahun 2020 mencapai nilai Rp. 451,8 triliun, naik 15,79 persen dibandingkan tahun 2019 dengan nilai Rp. 390,16 triliun. Pada tahun 2021 nilai ekspor mencapai Rp. 82,86 triliun rupiah, naik 14,05 persen dari tahun 2020, yaitu sebesar Rp. 202,05 triliun.

Kenaikan ekspor komoditas pertanian mempengaruhi peningkatan pendapatan dan kesejahteraan petani. Pada tahun 2020 NTP berada di angka 99,60, dan pada tahun 2021 mencapai 103,59. Namun demikian, dari 514 kabupaten/kota di Indonesia, baru 293 kabupaten/kota yang mempunyai sentra komoditas pertanian unggulan ekspor, seperti produk kelapa sawit, karet, kopi, dan beberapa komoditas yang diinginkan pasar luar negeri. Beberapa jenis komoditas pertanian yang memiliki potensi ekspor misalnya sarang burung walet, ubi porang, minyak atsiri, tanaman hias, kacang edamame, serta produk hortikultura lainnya. Selain itu juga produk olahan peternakan memiliki peluang pasar yang relatif terbuka (S Jumiyati and I Irmawati, 2021).

Peningkatan nilai tambah dan mekanisasi pengembangan produk serta digitalisasi promosi produk penting dilakukan agar produk-produk pertanian makin dikenal luas dan makin berdaya saing untuk memperkuat peluang pasar nasional maupun global. Masyarakat harus termotivasi untuk mencintai produk pertanian yang dihasilkan. Sementara itu, pasar luar negeri digarap secara intensif, terintegrasi, terpadu dan profesional. Data BPS menunjukkan bahwa nilai ekspor pertanian naik sebesar 25,19% senilai US\$ 0,32 miliar. Peningkatan nilai ekspor pertanian tersebut merupakan variabel penting bagi peningkatan nilai ekspor nasional sebesar US\$ 14,74 miliar, naik 12,42% sehingga menyebabkan surplus pada neraca perdagangan nasional sebesar US\$ 207,6 juta.

Kenaikan dari nilai ekspor produk pertanian disebabkan oleh kenaikan nilai ekspor komoditas sarang burung walet, kopi, tanaman hutan, aromatik dan rempah-rempah. Kenaikan nilai ekspor produk pertanian membuktikan bahwa implementasi dari program-program pertanian tidak saja menyebabkan peningkatan produksi, tetapi juga dapat meningkatkan nilai ekspor produk pertanian. Kenaikan tajam nilai ekspor pertanian tahun 2020 adalah hasil implementasi dari program pertanian untuk peningkatan perkonomian pertanian melalui ekspor dan investasi. Peningkatan nilai ekspor, antara lain melalui kebijakan mempercepat pengurusan izin ekspor yang singkat, yakni sekitar 3 jam. Sedangkan sebelumnya waktu yang dibutuhkan cukup lama

yaitu sekitar 312 jam. Sistem tersebut juga mengatur registrasi kebun, sertifikasi packaging house, dan pembinaan mutu yang dilakukan bersama sama antara eksportir dan petani. Capaian pembangunan sektor pertanian mengalami peningkatan drastis dengan sumbangan PDB lebih dari Rp 400 triliun sampai Rp 500 triliun. Beberapa alasan penyebab meningkatnya PDB seiring dengan meningkatnya nilai ekspor yang mencapai 9 sampai 10 juta ton (Isbah and Iyan, 2016).

9.4 Penurunan Kehilangan Hasil Pertanian

Persentase kehilangan hasil pada kegiatan budidaya pertanian terutama pada tahap panen dan pasca panen secara global maupun nasional relatif sangat tinggi. Pada level global, kehilangan hasil pertanian pada tahap penanganan pasca panen dan penyimpanan mencapai 54 persen, serta pada tahap pengolahan, distribusi dan konsumsi sampai 46 persen. Sedangkan di tahap pasca panen kehilangan hasil pertanian secara nasional mencapai rata-rata 20 persen per tahun. Tingginya kehilangan hasil pertanian di tahap pasca panen juga berpengaruh terhadap rendahnya aspek ketahanan pangan dan berdampak negatif terhadap aspek ekonomi dan lingkungan. Berdasarkan aspek ekonomi, tingginya kehilangan hasil produksi pertanian akan menurunkan hasil panen dan pendapatn petani. Agar dapat meminimalisir kehilangan hasil produksi pertanian perlu adanya keterlibatan pemerintah melalui pemberian bantuan alat-alat dan mesin yang dapat menurunkan tingkat kehilangan hasil pertanian. Selama ini bantuan peralatan pertanian ke petani pada umumnya berupa peralatan pertanian yang digunakan pada tahap pengolahan lahan dan penanaman. Sedangkan peralatan untuk tahap penanganan pasca panen belum banyak diberikan oleh pemerintah kepada petani (Iswari, 2012).

9.5 Peningkatan Wirausaha Pertanian Muda

Pertanian adalah salah satu sektor yang memiliki peranan besar terhadap peningkatan aspek perekonomian nasional. Berdasarkan data BPS selama tahun 2020 terlihat bahwa sektor

pertanian berkontribusi 13,7 persen terhadap total PDB setelah sektor industri pengolahan. Dibandingkan sektor lainnya, terlihat bahwa sektor pertanian merupakan salah satu sektor yang mampu tumbuh pada kurun waktu tahun 2020, yaitu sebesar 1,75 persen. Hal ini merupakan bukti konkrit bahwa sektor pertanian merupakan salah satu sektor yang berperan besar terhadap struktur perekonomian Indonesia. Namun demikian, terlihat bahwa jumlah penduduk yang berusaha di bidang pertanian, khususnya untuk jumlah penduduk produktif yang berumur di atas 15 tahun yang berusaha di bidang pertanian memiliki tren penurunan setiap tahun.

Dalam usaha untuk mendukung penerapan Rencana Strategis Kementan Pertanian dalam mewujudkan wirausaha muda pertanian maka Badan Penyuluhan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Pertanian (BPPSDMP) menerapkan berbagai program peningkatan minat generasi muda agar terlibat aktif dalam peningkatan pembangunan pertanian. Program *Youth Entrepreneurship and Employment Support Services* (YESS) adalah merupakan salah satu program kerjasama antara Kementan dengan *International Fund For Agricultural Development* (IFAD) yang bersaha menghasilkan pengusaha muda pada sektor pertanian serta mengurangi angka pengangguran pada usia produktif. Dukungan pada aspek networking, adalah kerjasama dengan Asosiasi Lisensi Indonesia (ASENSI). Kerjasama tersebut bertujuan mendukung proses pendaftaran lisensi serta membantu para pemuda pedesaan agar menjadi wirausaha muda di bidang pertanian melalui kemitraan dengan pasar dan investor. ASENSI juga memberikan peluang melalui program pemberdayaan petani lokal untuk pengembangan wirausaha dengan memanfaatkan potensi lokal bekerjasama dengan Kementerian Perdagangan dan Kementerian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (Rachmawati and Gunawan, 2020).

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, M. N. (2011) 'Analisis Kebijakan Alih Fungsi Lahan Pertanian Terhadap Pertanahan Pangan di Jawa Barat', *Jurnal Ilmu Administrasi*, 8(2), pp. 232–242.
- Aldillah, R. (2016) 'Agricultural Mechanization and Its Implications for Food Production Acceleration in Indonesia', *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 34(2), pp. 163–177.
- Dermoredjo, S. K. and Noekman, K. (2016) 'Analisis Penentuan Indikator Utama Pembangunan Sektor Pertanian Di Indonesia: Pendekatan Analisis Komponen Utama', *SOCA: Socioeconomics of Agriculture and Agribusiness*, 6(2), pp. 1–26.
- Gdq, D. et al. (2017) 'Dinamika Indikator Ekonomi Makro Sektor Pertanian dan Kesejahteraan Petani', *Analisis Kebijakan Pertanian*, 1(1), pp. 66–77.
- Isbah, U. and Iyan, R. Y. (2016) 'Analisis Peran Sektor Pertanian dalam Perekonomian dan Kesempatan Kerja di Provinsi Riau', *Jurnal Sosial Ekonomi Pembangunan*, Tahun VII(19), pp. 45–54.
- Iswari, K. (2012) 'Kesiapan teknologi panen dan pascapanen padi dalam menekan kehilangan hasil dan meningkatkan mutu beras', *Jurnal Litbang Pertanian*, 31(2), pp. 58–67.
- Purwaningsih, Y. (2008) 'Food Security: Situations, Problems, Policies and Community Empowerment', *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 9(1), pp. 1–27.
- Rachmawati, R. R. and Gunawan, E. (2020) 'Peranan Petani Milenial mendukung Ekspor Hasil Pertanian di Indonesia', *Forum penelitian Agro Ekonomi*, 38(1), p. 67.
- S Jumiyati and I Irmawati (2021) 'Increasing income and farming management: Empowering survivor farmers in reducing the impact of Covid-19', *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 11(1), pp. 221–228.
- Vernando, V., Jumiyati, S. . and Bachri, S. (2022) 'Ketahanan Pangan Rumah Tangga Berdasarkan Pendapatan Petani Jagung Manis Di Desa Bulupountu Jaya Kecamatan Sigi Biromaru', *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 18(2), p. 162.

BIODATA PENULIS



Andika Pambudi, S.P., M.Si

dosen Program Studi Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pertamina

Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pertamina. Menyelesaikan pendidikan S1 Ekonomi Pertanian dan Sumberdaya dan melanjutkan S2 Ilmu Ekonomi di Institut Pertanian Bogor. Penulis sudah berpengalaman selama kurang lebih sepuluh tahun di bidang penelitan, khususnya dalam bidang Ekonomi Pembangunan, Ekonomi Moneter, serta Perdagangan Internasional. Beberapa hasil penelitiannya juga sudah dipublikasikan sebagai karya tulis ilmiah pada sejumlah literatur nasional. Selain minat di penelitian, penulis tentunya juga memiliki minat dalam bidang pendidikan, dengan menjadi pengajar selama lebih dari lima tahun pada mata kuliah Pengantar Ekonomi, Mikroekonomi, Makroekonomi, Ekonomi Pembangunan, Ekonomi Industri, serta Ekonomi Regional. Saat ini penulis aktif sebagai Sekretaris Program Studi Ekonomi Universitas Pertamina

BIODATA PENULIS



Sari Anggarawati

Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Nusa Bangsa

Penulis lahir di Bangkalan tanggal 6 April 1965. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Nusa Bangsa. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian di Institut Pertanian Bogor dan melanjutkan S2 pada Program Studi Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan di Universitas Nusa Bangsa. Penulis menekuni bidang Agribisnis, mengajar mata kuliah Ekonomi Pertanian, Manajemen Agribisnis, Ilmu Usahatani, Dasar-dasar Agribisnis, Komunikasi dan Perilaku Konsumen, Urbang Farming serta Agrowisata.

Penulis juga aktif sebagai tenaga ahli di beberapa konsultan swasta maupun BUMN dan di Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi, Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, Badan Nasional Pengelola Perbatasan dan lain-lain. Penulis juga menjadi salah satu penulis di book chapter Paradigma Agribisnis, Pengantar Ilmu Pertanian, Perilaku Konsumen dan Ekonomi Pertanian.

BIODATA PENULIS



Dr. Mumuh Mulyana, SE., MM., MSi.
Staf Dosen Program Studi Bio Kewirausahaan,
Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan

Penulis lahir di Bogor tanggal 17 Juni 1976. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Bio Kewirausahaan, Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan. Menyelesaikan pendidikan D3 pada Program Studi Manajemen Pemasaran dan Pendidikan S1 pada program studi Manajemen. Melanjutkan S2 pada Program Studi Ilmu Manajemen Konsentrasi Manajemen Pemasaran. Menyelesaikan Pendidikan S3 pada program studi Ilmu Ekonomi Pertanian dengan topik disertasi Ekonomi Kewirausahaan.

BIODATA PENULIS



Dr. Ismiasih, S,TP., M.Sc.

Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Stiper (Instiper) Yogyakarta

Penulis dilahirkan di Bantul tanggal 17 April 1977. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Stiper (Instiper) Yogyakarta. Penulis menyelesaikan studi S1 pada Jurusan Teknologi Industri Pertanian Fakultas Teknologi Pertanian UGM Yogyakarta, dan lulus pada tahun 2001, dengan meraih gelar Sarjana Teknologi Pertanian (S.TP). Kemudian pada tahun 2007, penulis melanjutkan program studi S2 di Program Pasca Sarjana Ekonomi Pertanian UGM, dan meraih gelar Master (M.Sc) di bidang Ekonomi Pertanian pada tahun 2009. Selanjutnya pada tahun 2011, Penulis melanjutkan studi S3 pada Program Pasca Sarjana Ilmu Pertanian UGM dan meraih gelar Doktor (Dr) dalam bidang Ekonomi Pertanian pada tahun 2014.

Penulis saat ini aktif sebagai dosen tetap di Instiper Yogyakarta. Beberapa mata kuliah yang diajarkan di antaranya : Manajemen Bisnis Perkebunan, Ekonomi Bisnis Perkebunan, Manajemen Sumber Daya Manusia, Manajemen Pengendalian Mutu, Agroindustri, Komunikasi dan Penyuluhan Pertanian, Metodologi Penelitian, Manajemen Sumber Daya Manusia, Sosiologi dan Antropologi Perkebunan, serta Pemberdayaan Masyarakat.

BIODATA PENULIS



Yusmia Widiastuti, SP, MM
Dosen Program Studi Agroteknologi

Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Agroteknologi Fakultas Pertanian dan Perikanan , Universitas 17 Agustus 1945 Banyuwangi. Menyelesaikan pendidikan S1 di Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian dan S2 pada Program Pasca Sarjana Universitas Jember.

BIODATA PENULIS



Vela Rostwentiwaivi, S.E., M.Si

Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian
Universitas Garut

Penulis lahir di Bogor, 17 Oktober 1988. Penulis menyelesaikan pendidikan S1 Agribisnis di IPB (2011) dan S2 Magister Sains Agribisnis IPB (2014) melalui Beasiswa Unggulan Kemenristekdikti. Saat ini penulis melanjutkan studi doktoral di Ilmu Ekonomi Pertanian IPB melalui beasiswa LPDP Kementerian Keuangan RI tahun 2020. Beberapa karya buku yang sudah penulis hasilkan, yaitu Pedoman Pengolahan Kopi Yang Baik; Kewirausahaan Dasar; dan Pengantar Ekonomi Mikro “Teori dan Praktis”. Penulis dapat dihubungi melalui email : rostwentiwaivi@gmail.com.

BIODATA PENULIS



Dr. Ivonne Ayesha, S.P., M.P

Staf Dosen Program Studi Agribisnis,
Universitas Muhammadiyah Bandung

Penulis lahir di Bukittinggi tanggal 25 Novemer 1969. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Agribisnis, Fakultas Sains dan teknologi, Universitas Muhammadiyah Bandung. Menyelesaikan pendidikan S1 di Jurusan Tanah, Universitas Andalas pada tahun 1995 dan melanjutkan S2 pada Program Studi Agribisnis di Pascasarjana Universitas Padjadjaran, tamat tahun 2008, dan S3 di Bidang Ilmu-Ilmu Pertanian (Agribisnis) juga di Pascasarjana Universitas Padjadjaran, tamat tahun 2014. Penulis menekuni bidang Manajemen Agribisnis, Manajemen Produksi, Manajemen Usaha tani, Manajemen Rantai Pasok, Agribisnis Syariah, dan Permodelan (*System Dinamics*).

BIODATA PENULIS



Dyah Budibruri Wibaningwati

Staf Dosen Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian,
Universitas Nusa Bangsa Bogor

Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Nusa Bangsa Bogor. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Budidaya Pertanian Di Universitas Pembangunan Nasional (UPN) “Veteran” Yogyakarta dan melanjutkan S2 pada Jurusan Ekonomi Pertanian Universitas Gadjah Mada. Penulis menekuni bidang Agribisnis dengan memberikan mata kuliah Ekonomi Pertanian, Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian dan Pemasaran Agribisnis

BIODATA PENULIS



Dr. Sri Jumiwati, S.P., M.Si
Staf Dosen Program Studi Agribisnis

Penulis lahir di Luwuk, Sulawesi Tengah pada tanggal 17 Oktober 1968. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Agribisnis Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Palu. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Budidaya Pertanian fakultas Pertanian Universitas Tadulako (UNTAD) penentuan Palu dan melanjutkan pendidikan S2 pada Program Magister Pengembangan Wilayah Pedesaan juga di UNTAD Palu kemudian menyelesaikan pendidikan S3 pada Program Doktor Ilmu Kehutanan di Universitas Mulawarman (UNMUL) Samarinda. Penulis adalah pengampu matakuliah Metode Penelitian dan Metode Penulisan Ilmiah pada Program Studi Agribisnis. Penulis menekuni bidang menulis untuk mendukung kewajiban penelitian dan publikasi dosen serta melakukan pengembangan kompetensi melalui workshop/pelatihan terkait penelitian dan penulisan serta publikasi baik tingkat nasional maupun internasional.