

# **PENGEMBANGAN PERTANIAN INDUSTRIAL DENGAN PENDEKATAN KUASI ORGANISASI AGRIBISNIS**

**Pantjar Simatupang**

## **PENDAHULUAN**

Diawali oleh liberalisasi sistem moneter dunia dengan runtuhnya nilai tukar tetap *Bretton Woods* pada tahun 1973 (Argy, 1981), diperkuat oleh deregulasi perdagangan dan investasi internasional dalam naungan GATT yang disepakati pada tahun 1994, dan ditopang dengan kuat oleh revolusi teknologi telekomunikasi, transportasi dan turisme (*Triple-T Revolution*), maka dewasa ini kita menyaksikan munculnya arus globalisasi yang merusak dengan kuat dan cepat ke seluruh negara di dunia ini (Ohmae, 1995; Kuncoro Jakti, 1995). Globalisasi ekonomi adalah suatu proses semakin terintegrasinya perekonomian dunia. Mau tidak mau, suka atau tidak, agribisnis dan pembangunan sektor pertanian kita pun tidak akan dapat menghindarkan diri dari arus globalisasi tersebut.

Bersamaan dengan globalisasi perekonomian tersebut terjadi pula perubahan besar pada preferensi konsumen terhadap produk-produk pertanian. Dalam pada itu, bioteknologi berkembang pula menuju arah yang sama. Mengingat semua perubahan fundamental tersebut akan berlangsung dengan cepat maka perlu segera menyusun dengan cermat strategi dasar agribisnis dan pembangunan pertanian. Untuk itu diusulkan industrialisasi pertanian sebagai salah satu alternatifnya, yang akan diuraikan lebih lanjut berikut ini.

Sesungguhnya ide tentang industrialisasi pertanian sudah ada dalam benak para perencana pembangunan pertanian. Hal ini terbukti dari adanya satu kalimat dalam naskah Repelita VI yang mengandung istilah industrialisasi pertanian, yaitu pada halaman 81: "Pembangunan pertanian Repelita VI sebagai tahap awal PJP-II diarahkan sebagai peletakan dasar untuk meningkatkan sumber daya manusia, menumbuhkan sikap kemandirian, dan mengembangkan pertanian yang mengarah pada industrialisasi pertanian" (Departemen Pertanian RI, 1994). Sejak tahun 2000, utamanya sejak Dr. Bungaran Saragih menjadi Menteri Pertanian, pembangunan pertanian secara formal dilaksanakan dengan strategi pengembangan sistem dan usaha agribisnis. Namun, hingga kini belum pernah menemukan uraian yang jelas tentang makna industrialisasi pertanian maupun operasionalisasi pembangunan sistem dan usaha agribisnis tersebut.. Oleh karena itulah, pada kesempatan ini saya memberanikan diri untuk memberikan sumbangan pemikiran, sekaligus mengajak

politisi yang merasa turut terpanggil untuk segera mendiskusikannya dengan lebih mendalam pada kesempatan lain.

## FENOMENA GLOBALISASI

### Globalisasi Agribisnis.

Perpaduan antara komersialisasi usahatani dan modernisasi teknologi membuat perolehan dan harga sarana produksi maupun produk pertanian semakin tergantung pada kondisi pasar dunia. Apabila kita sepakati bahwa komersialisasi dan penggunaan teknologi mutakhir adalah dua ciri utama modernisasi pertanian, dan modernisasi pertanian merupakan arah pembangunan pertanian yang kita tempuh, maka tidak dapat dielakkan lagi, semakin kita memacu pembangunan pertanian maka semakin besar pula ketergantungan sektor agribisnis pada pasar dunia. Jelaslah bahwa ketergantungan sektor agribisnis pada pasar dunia adalah salah satu proses normal yang mesti dipandang sebagai kesempatan untuk lebih memacu pembangunan pertanian. Beberapa manfaat yang dapat diperoleh dengan memasuki pasar global (Simatupang, 1995; Pack, 1992; Choi, 1983; Feeder, 1982) ialah: (1) Peningkatan volume pertanian; (2) Harga jual produk yang lebih tinggi; (3) Harga sarana produk yang lebih murah; (4) Ilmu pengetahuan dan teknologi; (5) Modal investasi; (6) Peningkatan efisiensi akibat realokasi sumber daya dan dorongan persaingan (efisiensi-x). Keenam aspek inilah sesungguhnya yang mendasari strategi pertumbuhan dorongan ekspor (*export led growth*) yang berhasil diterapkan oleh Jepang dan negara-negara industri baru (*New Industrial Countries* = NICS), seperti Korea dan Taiwan. Saya melihat, inilah yang mendasari strategi pembangunan pertanian dengan pendekatan agribisnis yang sedang kita coba terapkan dalam beberapa tahun terakhir.

Sudah barang tentu, ada beberapa persyaratan yang mesti dipenuhi agar dapat meraih manfaat sebesar-besarnya dari keterbukaan pasar dunia tersebut. Saya membagi persyaratan tersebut dalam dua kelompok, yaitu syarat keharusan dan syarat kecukupan. Syarat keharusan yang mesti dipenuhi ialah, komoditas yang dihasilkan memiliki keunggulan kompetitif. Dari segi keragaan akhir (*performance*) keunggulan kompetitif didefinisikan sebagai kemampuan untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar secara menguntungkan dan berkelanjutan (Porter, 1985; Martin, Westgren and Van Duren, 1991). Secara operasional **Keunggulan Kompetitif** didefinisikan sebagai kemampuan untuk memasok barang dan jasa pada waktu, tempat, dan bentuk yang diinginkan konsumen, baik di pasar domestik maupun di pasar internasional, pada harga yang sama atau lebih baik dari yang

ditawarkan pesaing, seraya memperoleh laba paling tidak sebesar ongkos penggunaan (*opportunity cost*) sumber daya (Cook dan Bredahl, 1991; Sharples and Milham, 1990). Dari definisi ini paling tidak ada dua aspek penting yang patut kita catat. **Pertama**, keunggulan komparatif (menghasilkan barang yang lebih murah dari pesaing) tidak menjamin teraihnya keunggulan kompetitif. Di samping keunggulan komparatif, keunggulan kompetitif sangat ditentukan oleh kemampuan untuk memasok produk dengan atribut (karakter) yang sesuai dengan keinginan konsumen. Hal ini berarti bahwa agribisnis dan pembangunan pertanian yang berorientasi pada peningkatan produksi dan dengan harga serendah mungkin (*cheap production oriented*) sudah tidak sesuai dengan dinamika pasar mutakhir. Dalam era globalisasi usaha produksi komoditas pertanian (agribisnis) haruslah diorientasikan pada konsumen (*consumer oriented agribusiness*). **Kedua**, keunggulan kompetitif merupakan hasil interaksi dari tiga tingkatan pasar yaitu pasar internasional dari produk, pasar domestik dari produk dan pasar sarana produksi. Dengan perkataan lain, keunggulan kompetitif suatu komoditas pertanian, merupakan hasil resultan dari rantai agribisnis secara vertikal mulai dari perolehan sarana produksi, usahatani, pemasaran domestik dan pemasaran internasional. Oleh karena itu, koordinasi vertikal petani-agribisnis antara-agribisnis hilir sangatlah diperlukan untuk meningkatkan keunggulan kompetitif.

### **Globalisasi Peraturan Perdagangan.**

Kesepakatan GATT tak lain ialah aturan tentang tarif dan perdagangan global. Dengan sendirinya, setiap peraturan pemerintah mestinya tidak bertentangan dengan aturan GATT tersebut. Secara umum kesepakatan GATT dapat dibagi menjadi dua aspek besar yaitu: (1) liberalisasi perdagangan global, dan (2) regulasi transfer hak milik intelektual (teknologi).

Liberalisasi perdagangan global merupakan implikasi dari peraturan tentang penghapusan proteksi, hambatan perdagangan dan praktek perdagangan yang tidak adil. Hal ini berarti kebijaksanaan pemerintah yang bersifat protektif seperti dukungan harga, subsidi, tarif dan kuota mesti dihapuskan. Di samping itu, pemerintah harus pula melakukan deregulasi dan debirokratisasi dalam seluruh sektor perekonomian. Praktek bisnis yang dapat merugikan pengusaha negara lain, seperti *dumping* dan subsidi ekspor, harus pula dihapuskan. Secara singkat liberalisasi perdagangan global menimbulkan paling tidak tiga implikasi besar terhadap agribisnis dan kebijaksanaan pembangunan pertanian nasional.

1. Agribisnis domestik harus dapat hidup mandiri tanpa bantuan subsidi dan proteksi pemerintah.

2. Agribisnis domestik harus siap menghadapi persaingan terbuka dengan perusahaan luar negeri.
3. Instrumen kebijakan pembangunan pertanian harus disesuaikan dari yang bersifat bantuan dan proteksi langsung (subsidi, dukungan harga, tarif kuota) ke yang bersifat fasilitator dan bimbingan (pembangunan prasarana, riset, penyuluhan, informasi pasar).

Regulasi tentang hak milik intelektual menyebabkan transfer teknologi pertanian antar-negara semakin sulit dan membutuhkan biaya khusus (mahal). Pada masa yang akan datang, masyarakat agribisnis kita hampir dapat dipastikan akan mengalami kesulitan jika masih harus menggantungkan diri pada teknologi dan ilmu pengetahuan terapan yang berasal dari luar negeri. Tampaknya tidak ada pilihan lain, masyarakat agribisnis kita sudah harus mulai dan terus memperkuat upaya-upaya penelitian dan pengembangan sendiri. Hal ini sudah barang tentu bukanlah suatu pekerjaan yang mudah dan murah. Oleh karena itu, saya melihat perlunya kerja sama yang erat antara masyarakat agribisnis dengan lembaga-lembaga penelitian pemerintah, khususnya dengan Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. Penelitian dan Pengembangan merupakan satu bidang kerja sama strategis antara pemerintah dan masyarakat agribisnis yang harus segera diwujudkan dengan intensif sebagai bagian dari program pembangunan pertanian jangka panjang dalam era globalisasi.

### **Globalisasi Nilai Sosial dan Humanisasi Pasar.**

Fenomena globalisasi ketiga yang dinilai sangat berpengaruh terhadap dinamika agribisnis dan pembangunan pertanian ialah kepedulian terhadap hak azasi manusia dan lingkungan hidup. Perlindungan hak azasi manusia dan lingkungan hidup tidak lagi merupakan urusan dalam negeri suatu negara tetapi sudah merupakan kepentingan seluruh umat manusia. Perlindungan terhadap hak azasi manusia dan lingkungan hidup di suatu negara diamati dengan cermat baik oleh negara-negara lain maupun oleh berbagai lembaga swadaya masyarakat (LSM). Kita mengamati bahwa di Indonesia pun LSM yang bergerak dalam perlindungan hak azasi manusia dan lingkungan hidup berkembang sangat cepat dan memiliki hubungan yang luas dengan lembaga-lembaga internasional. Dengan demikian, perlakuan perusahaan maupun pemerintah terhadap hak azasi manusia dan lingkungan hidup di negara kita semakin sangat transparan secara global dan senantiasa dalam pengamatan cermat masyarakat dalam maupun luar negeri.

Di samping semakin diterima sebagai nilai universal, perlindungan terhadap hak azasi manusia dan lingkungan hidup juga dikaitkan langsung dengan pemasaran (perdagangan global). Produk yang dihasilkan oleh perusahaan atau negara yang melanggar hak azasi manusia atau merusak kesehatan dan kelestarian lingkungan hidup akan mengalami ancaman pemboikotan atau sanksi ekonomi dari masyarakat internasional. Fenomena global yang mengaitkan perlindungan terhadap hak azasi manusia dan lingkungan hidup dengan pemasaran suatu produk saya sebut sebagai humanisasi pasar.

Kiranya jelas bahwa pasar modern yang bersifat humanistik sangat berbeda dengan pasar tradisional yang bersifat atomistik. Pada pasar tradisional yang bersifat atomistik, mekanisme pasar berjalan secara mekanistik tanpa ada kaitan dengan nilai-nilai sosial seperti perlindungan terhadap hak azasi manusia dan lingkungan hidup. Dengan perkataan lain, pasar atomistik tersebut tidak sensitif terhadap nilai-nilai sosial sehingga tidak sesuai dengan perubahan zaman.

Di samping dari segi kandungan nilai sosial, asas humanistik juga berbeda dari pasar atomistik dalam hal cara mengevaluasi suatu produk. Pada pasar atomistik (tradisional), suatu produk hanya dievaluasi dari atribut yang dikandungnya secara langsung. Sedangkan pada pasar humanistik (modern), suatu produk dievaluasi baik dari segi atribut yang dikandungnya (produk akhir), dari proses serta material pembuatannya, maupun dari segi cara penanganannya sejak dari hulu (petani) hingga hilir (agroindustri/ eksportir). Dengan perkataan lain, pada pasar humanistik, kegiatan agribisnis vertikal mulai dari hulu hingga hilir merupakan satu kesatuan yang tidak terpisahkan dalam menentukan keberhasilan pemasaran suatu komoditas. Misalnya, jika usahatani ubi kayu (agribisnis hulu) mengganggu kelestarian alam maka ekspor gapek (agribisnis hilir) akan menderita sanksi ekonomi dari masyarakat internasional. Oleh karena itu, agar usahanya dapat berhasil maka tidak ada pilihan lain, eksportir gapek haruslah melakukan koordinasi dengan seluruh pelaku agribisnis yang ada pada alur vertikalnya hingga ke hulu (usahatani ubi kayu). Dengan perkataan lain, globalisasi nilai-nilai sosial yang diikuti oleh humanisasi pasar mengharuskan pengusaha agribisnis kita untuk menganut strategi koordinasi vertikal hulu-hilir.

## **PERUBAHAN FUNDAMENTAL PREFERENSI KONSUMEN**

Seiring dengan peningkatan pendidikan, khususnya peningkatan pengetahuan masyarakat tentang kesehatan, preferensi konsumen terhadap komoditas pertanian mengalami perubahan besar (Streeter, Sonka, and Hudson,

1991; Barkema, 1993; Drabenstott, 1994). Kalau dulu (tradisional), atribut utama yang mencirikan preferensi konsumen hanyalah jenis, kenyamanan, stabilitas harga dan nilai komoditas, maka dewasa ini terdapat kecenderungan bahwa konsumen menuntut tambahan atribut produk yang lebih rinci, seperti: kualitas (komposisi bahan baku), kandungan nutrisi (lemak, kalori, kolestrol dan sebagainya), keselamatan (kandungan adaptif, pestisida dan sebagainya), aspek lingkungan (apakah produk tersebut dihasilkan dengan usahatani dan proses pengolahan produk yang tidak mengganggu kualitas dan kelestarian lingkungan hidup). Dengan perkataan lain, dewasa ini, pada umumnya konsumen tidak lagi membeli komoditas, tetapi membeli produk. Sebagai contoh, dewasa ini konsumen pada umumnya tidak lagi sekedar membeli daging ayam (komoditas), melainkan daging ayam dengan kandungan serat yang tinggi, kandungan lemak rendah, bebas antibiotik dan bebas *Salmonella*.

Kiranya perlu dicatat bahwa perubahan preferensi konsumen dari komoditas ke produk tidak hanya berlangsung di negara-negara maju (luar negeri) tetapi juga di dalam negeri. Di samping itu, sebagian dari atribut produk tersebut merupakan keharusan yang ditetapkan oleh hukum/ peraturan negara konsumen (biasanya atribut yang berhubungan dengan kesehatan manusia). Oleh karena itu saya melihat, perubahan preferensi konsumen ke arah atribut yang lebih banyak dan rinci akan berlangsung terus dan meluas dengan cepat pula, seiring dengan globalisasi. Ohmae (1995) menyebut proses konvergensi preferensi konsumen global tersebut sebagai *californiaization of taste*.

Perubahan preferensi konsumen ke arah atribut produk yang lebih banyak dan rinci menimbulkan dua implikasi penting terhadap agribisnis: **Pertama**, strategi pemasaran tradisional yang berdasarkan konsep manipulasi preferensi konsumen (*preference manipulation*) tidak efektif lagi dan harus diganti dengan strategi baru yang disebut dengan pemenuhan preferensi konsumen (*preferenc discovery*). Hal ini berarti produsen (agribisnis) harus mampu mengungkap secara rinci atribut tersebut dari produk yang diinginkan konsumen dan selanjutnya menyesuaikan produk yang dihasilkan dengan atribut tersebut. **Kedua**, penentuan atribut produk yang beragam dan rinci menuntut adanya konsistensi atau jaminan kualitas produk dari proses produksi pada seluruh tahapan kegiatan agribisnis mulai dari hulu (petani) hingga hilir (agroindustri/eksportir). Dengan sendirinya struktur agribisnis pola tradisional yang mengandalkan koordinasi tak langsung melalui kekuatan pasar (harga) tidak akan mampu untuk menjamin kualitas produk sesuai dengan keinginan konsumen. Kualitas produk pertanian hanya dapat dijamin melalui koordinasi institusional dan atau melalui pengembangan jaringan teknologi informasi. Bentuk organisasi usaha

yang sesuai untuk itu ialah koordinasi vertikal mulai dari agribisnis hulu (petani) hingga agribisnis hilir (agroindustri/eksportir).

### **PERUBAHAN FUNDAMENTAL DALAM BIDANG TEKNOLOGI**

*Californiaization* perubahan preferensi konsumen jelas akan menimbulkan perubahan fundamental terhadap sifat permintaan konsumen, yaitu dari barang yang paling murah (*the cheapest*) ke barang yang paling berharga (*the best*). Sudah barang tentu, para pelaku agribisnis pun akan menyesuaikan strategi produksinya sesuai dengan perubahan permintaan konsumen tersebut. Untuk itu, permintaan agribisnis terhadap teknologi pun akan mengalami perubahan fundamental, yaitu dari teknologi produksi (*production technology*) dengan ciri utama maupun menghasilkan barang secara murah dan massal, ke teknologi produk (*product technology*) dengan ciri utama mampu menghasilkan barang secara murah dan dengan kualitas yang tinggi seperti yang diinginkan konsumen.

Didorong oleh perubahan fundamental preferensi konsumen tersebut maka dewasa ini juga sedang berlangsung perubahan fundamental dalam teknologi yang berhubungan dengan agribisnis. Secara umum perubahan teknologi tersebut dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu: (1) bioteknologi dan (2) teknologi informasi. Kemajuan bioteknologi akan memungkinkan dilakukannya rekayasa hasil-hasil pertanian sesuai dengan atribut yang diinginkan konsumen dengan presisi yang tinggi. Sebagai contoh, dengan bioteknologi, para ilmuwan akan mampu mengubah gen sehingga ternak dapat mengkonversi pakan menjadi daging yang mengandung lebih banyak serta dan sedikit lemak. Bioteknologi akan dapat mengubah gen sehingga ayam dapat menghasilkan telur dengan kandungan kolesterol yang rendah (Drabenstott, 1994). Dengan bioteknologi, akan dapat menghasilkan produk-produk pertanian melalui usahatani organik.

Kita tahu bersama, penelitian bioteknologi umumnya membutuhkan biaya sangat besar dan memerlukan sejumlah tenaga peneliti yang berkeahlian tinggi dan khusus. Pada pengusaha kita belum sanggup melaksanakannya. Oleh karena itu, penelitian bioteknologi ini haruslah dilakukan oleh lembaga-lembaga penelitian pemerintah, khususnya oleh Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. Pimpinan Departemen Pertanian sangat antisipatif dalam hal ini. Sejak tahun 1994, Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, telah memiliki Balai Penelitian Bioteknologi Tanaman Pangan dan Pusat Penelitian Bioteknologi Perkebunan. Mudah-mudahan pada masa yang akan datang akan dibentuk pula Balai/Pusat Penelitian Bioteknologi Peternakan dan Perikanan. Keberhasilan pertanian kita pada

masa mendatang sangat ditentukan oleh keberhasilan kita dalam penelitian dan pengembangan bioteknologi.

Teknologi lainnya yang sangat menentukan wujud dan dinamika agribisnis, yang berarti juga pembangunan pertanian pada masa mendatang, ialah teknologi informasi. Kalau bioteknologi merupakan faktor kunci yang memungkinkan produk-produk pertanian dapat dihasilkan sesuai dengan rincian atribut yang yang dituntut konsumen, maka teknologi informasi merupakan wahana yang memungkinkan disampaikannya informasi tentang rincian atribut yang dikehendaki konsumen tersebut kepada seluruh jaringan agribisnis yang terkait, mulai dari penghasil sarana produksi, usahatani hingga industri pengelolaan atau eksportir. Dengan perkataan lain, teknologi informasi merupakan salah satu faktor perekat yang menyatukan jaringan agribisnis dengan konsumen.

Dari uraian di atas kiranya jelas bahwa arah perubahan fundamental pasar (konsumen) komoditas pertanian konvergen dengan arah perubahan fundamental teknologi. Perpaduan perubahan pasar dan teknologi inilah yang akan menentukan arah dan dinamika agribisnis dan pembangunan pertanian di seluruh dunia dalam era globalisasi. Saya melihat dalam waktu dekat akan muncul Revolusi Pertanian III (setelah berlandaskan pada bioteknologi dan teknologi informasi tersebut). Oleh karena didasarkan pada teknologi tinggi, maka sudah pasti Revolusi Pertanian III tersebut akan jauh lebih sulit diadopsi oleh negara-negara yang sedang berkembang, termasuk Indonesia. Menyadari akan hal ini semua harus bekerja lebih keras untuk tidak ketinggalan dalam menguasai kedua jenis teknologi tersebut.

### **KELEMAHAN STRUKTUR DAN PERILAKU AGRIBISNIS SAAT INI**

Struktur agribisnis kita saat ini dapat digolongkan sebagai tipe dispersal. Struktur agribisnis dispersal dicirikan oleh tiadanya hubungan organisasi fungsional diantara setiap tingkatan usaha. Jaringan agribisnis praktis hanya diikat dan dikoordinir oleh mekanisme pasar (harga). Hubungan diantara sesama pelaku agribisnis praktis bersifat tidak **langsung dan impersonal**. Dengan demikian setiap pelaku agribisnis hanya memikirkan kepentingan diri sendiri dan tidak menyadari bahwa mereka saling membutuhkan. Bahkan hubungan diantara pelaku agribisnis cenderung berkembang menjadi bersifat eksploitatif yang pada akhirnya menjurus ke kematian bersama.

Lebih ironisnya lagi, pola agribisnis dispersal tersebut diperburuk pula oleh berkembangnya asosiasi pengusaha horizontal (usaha sejenis) yang bersifat asimetri dan cenderung berfungsi sebagai kartel. Sifat asimetri terlihat dari tiadanya asosiasi

para pelaku agribisnis yang efektif di tingkat hulu (petani), sedangkan asosiasi pelaku agribisnis di tingkat hilir (industri pengolahan, pedagang/eksportir) sangatlah kuat. Hal inilah yang membuat organisasi usaha dalam sektor agribisnis cenderung berperan sebagai sebuah kartel yang memiliki kekuatan monopsonistik maupun kekuatan monopolistik. Kekuatan monopsonistik akan menekan harga yang diterima oleh petani, sedangkan kekuatan monopolistik akan meningkatkan harga yang dibayar konsumen. Dengan demikian, asosiasi pengusaha agribisnis horizontal di tingkat hilir yang mengarah pada kartel cenderung merugikan petani produsen maupun konsumen, tidak efisien, serta menurunkan produksi agregat (anti pertumbuhan).

Tiadaanya ikatan institusional, asosiasi pengusaha yang bersifat asimetri, kemampuan bisnis yang tidak berimbang (kutub hulu, yaitu petani, bersifat serba gurem; sedangkan kutub hilir, yaitu agroindustri dan eksportir, bersifat serba kuat) ditambah pula sifat intrinsik permintaan dan penawaran komoditas dualistik (Bell and Tai, 1969). Struktur agribisnis yang bersifat dualistik inilah yang menyebabkan munculnya masalah transmisi (*pass through problems*) dalam agribisnis (Simatupang, 1995). *Pass through problems* ini terdiri dari empat aspek strategi: (1) Terjadinya transmisi harga yang tidak simetris, yang dicirikan oleh penurunan harga ditransmisikan dengan cepat dan sempurna ke petani, sedangkan kenaikan harga ditransmisikan dengan lambat dan tidak sempurna (Simatupang, 1989; Simatupang dan Situmorang, 1988); (2) Informasi pasar, termasuk preferensi konsumen, ditahan dan bahkan dijadikan alat untuk memperkuat posisi monopsonistik atau monopolistik oleh agribisnis hilir (Bell and Tai, 1969; Wharton 1962); (3) Ilmu pengetahuan dan teknologi yang dimiliki atau yang dapat diperoleh agribisnis hilir tidak ditransmisikan ke agribisnis hulu (petani); dan (4) Modal investasi yang relatif lebih banyak dimiliki oleh agribisnis hilir tidak disalurkan dengan baik dan bahkan cenderung digunakan untuk mengeksploitasi agribisnis hulu (Stifel, 1975; Wharton, 1962).

*Pass through problems* tersebut di atas jelas sangat menghambat pembangunan pertanian. Secara lebih tegas lagi, inilah masalah utama yang dihadapi bila pembangunan pertanian dilaksanakan dengan pendekatan agribisnis seperti yang kita jalankan saat ini. Dengan perkataan lain, struktur agribisnis dispersal tidak kondusif bagi pembangunan pertanian dengan pendekatan agribisnis.

Hubungan *impersonal-eksploitatif* dan tiadaanya asosiasi agribisnis vertikal tentu akan menyebabkan kualitas produk (komoditas) pertanian tidak dapat disesuaikan dan dijamin seperti yang diinginkan oleh konsumen. Hal ini kiranya sangat jelas karena: (1) Informasi tentang karakteristik produk yang diinginkan konsumen tidak sampai dengan cepat dan tepat ke seluruh tingkatan agribisnis mulai

dari hilir hingga ke hulu (petani); (2) Kegiatan setiap tahapan agribisnis tidak terpadu secara vertikal sehingga kualitas produk akhir yang dihasilkanpun tidak dapat dijamin; (3) Pasar cenderung terdistrosi sehingga tidak ada insentif untuk meningkatkan mutu produk. Jelaslah bahwa struktur agribisnis dispersal tidak sesuai dengan tuntutan perubahan fundamental dalam pasar global saat ini, lebih-lebih pada masa mendatang. Kiranya tidak berlebihan untuk mengatakan bahwa inilah salah satu yang menyebabkan daya saing agribisnis Indonesia pada umumnya masih lemah.

Dari segi transfer teknologi (modernisasi), struktur agribisnis dispersal juga tidak baik. Sesuai dengan relungnya (*niche*) pada rantai agribisnis, yang paling mengetahui dan akses terhadap perkembangan teknologi modern adalah kelompok agribisnis yang berada pada kutub hilir (eksportir/ agroindustri). Kutub hulu (petani) berada di pedesaan sehingga kurang akses terhadap informasi maupun pasokan teknologi modern. Oleh karena itu, apabila struktur agribisnis vertikal tidak terkoordinasi dengan baik maka modernisasi teknologi pertanian pun akan semakin lambat. Di samping itu, akan muncul pula dualisme kemajuan teknologi pada sektor agribisnis yang ditunjukkan oleh perbedaan tingkat kemajuan teknologi yang sangat kontras pada kedua kutub alur agribisnis vertikal: kutub hulu (petani) tetap menggunakan teknologi tradisional, sedangkan kutub hilir (agroindustri) telah menggunakan teknologi mutakhir. Secara singkat dapatlah disimpulkan bahwa struktur agribisnis dispersal tidak sesuai dengan kebutuhan modernisasi teknologi agribisnis, apalagi pada era bioteknologi mendatang, yang sangat diperlukan untuk meningkatkan daya saing.

Dari uraian di atas kiranya jelas bahwa struktur agribisnis dispersal tidak kondusif, baik untuk kehidupan dan perkembangan agribisnis (mikro) maupun untuk pembangunan pertanian secara umum (makro). Oleh karena itu, sebelum terlambat, kita harus sudah mulai merubah struktur agribisnis tersebut. Dalam hubungan ini diusulkan suatu pola baru, yaitu struktur agribisnis industrial, dan upaya untuk menuju itu disebut **industrialisasi pertanian**.

### **INDUSTRIALISASI SEBAGAI STRATEGI MASA DEPAN**

Perlu ditekankan bahwa pengertian industrialisasi pertanian yang diusulkan sangatlah berbeda dari pengertian umum (populer) yang menganggap industrialisasi pertanian sebagai suatu proses yang dicirikan oleh semakin intensifnya penggunaan alat-alat mekanis dalam sektor pertanian (mekanisasi pertanian) dan semakin berkembangnya industri pengolahan hasil-hasil pertanian (Breimyer, 1962; Moore

and Dean, 1972). Sebaliknya, pengertian industrialisasi pertanian yang diusulkan ialah suatu proses konsolidasi usahatani dan disertai dengan koordinasi vertikal agribisnis dalam satu alur produk melalui mekanisme non pasar, sehingga karakteristik produk akhir yang dipasarkan dapat dijamin dan disesuaikan dengan preferensi konsumen akhir (Council on Food, Agricultural and Resource Economics, 1994). Dengan demikian industrialisasi pertanian ialah suatu proses transformasi struktur agribisnis dari pola dispersal menjadi pola industrial. Berbeda dengan pola dispersal, dalam agribisnis pola industrial, setiap perusahaan agribisnis tidak lagi berdiri sendiri atau bergabung dalam asosiasi horisontal, tetapi memadukan diri dengan perusahaan-perusahaan lain yang bergerak dalam seluruh bidang usaha yang ada pada satu alur produk vertikal (dari hulu hingga hilir) dalam satu kelompok usaha yang selanjutnya disebut sebagai Unit Agribisnis Industrial (UIB).

Adapun karakteristik utama dari UIB tersebut adalah sebagai berikut: (1) **Lengkap secara fungsional**. Seluruh fungsi yang diperlukan dalam menghasilkan, mengolah dan memasarkan produk pertanian hingga ke konsumen akhir (alur produk vertikal) dapat dipenuhi; (2) **Satu kesatuan tindak**. Seluruh komponen atau anggota melaksanakan fungsinya secara harmonis dan dalam satu kesatuan tindak; (3) **Ikatan langsung secara institusional**. Hubungan diantara seluruh komponen atau anggota terjalin langsung melalui ikatan institusional (non pasar); (4) **Satu kesatuan hidup**. Kelangsungan hidup dan perkembangan setiap komponen atau anggota saling tergantung satu sama lain; dan (5) **Kooperatif**. Setiap komponen atau anggota saling membantu satu sama lain demi untuk kepentingan bersama.

Sedangkan indikator kemampuan akhir (*performance*) yang dipenuhi ialah: (1) Mampu menyesuaikan dan menjamin kualitas (mutu) produk pertanian yang dipasarkan seperti spesifikasi karakteristik yang diinginkan oleh konsumen akhir (*quality assurance*); (2) Mampu mengadopsi teknologi paling mutakhir pada seluruh fungsi (proses) transformasi produk pada alur vertikal, mulai dari usahatani hingga industri pengolahan (modernisasi); (3) Mampu tumbuh berkembang secara berkelanjutan atas kemampuan sendiri (kemandirian progresif); (4) Mampu mengantisipasi, mengabsorpsi, dan menyesuaikan diri terhadap konjungtur ekonomi (tangguh); dan (5) Mampu menghadapi persaingan yang ketat di pasar dunia (memiliki keunggulan kompetitif).

Agribisnis industrial dengan karakteristik seperti tersebut di atas tentu sangat sesuai dengan tuntutan perubahan fundamental pasar dan teknologi global. Oleh karena itulah, industrialisasi pertanian merupakan strategi yang tepat untuk agribisnis dan pembangunan pertanian pada PJP-II dalam era globalisasi.

Berdasarkan bentuk organisasinya, UIB dapat digolongkan menjadi dua pola yaitu: (1) pola integrasi vertikal, dan (2) pola koordinasi vertikal (Simatupang, 1995). Pada pola integrasi vertikal, seluruh fungsi yang terdapat dalam satu UIB dilaksanakan oleh satu perusahaan (diversifikasi usaha vertikal) atau oleh beberapa perusahaan yang tergolong dalam satu induk usaha (*holding company*). Sedangkan pada pola koordinasi vertikal, fungsi-fungsi atau cabang-cabang usaha yang terdapat dalam satu UIB dilakukan oleh beberapa perusahaan yang pemiliknya dan manajemennya terpisah satu sama lain, namun strategi implementasi usahanya terkoordinasi secara harmonis, sehingga dapat disebut sebagai sebuah **kuasi organisasi internal** (Simatupang, 1995; Lee and Naya, 1988; Sporleder, 1992). Dari kedua pola UIB tersebut, yang sudah mulai berkembang di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir ialah pola integrasi vertikal. Namun hal ini praktis masih hanya dilakukan oleh perusahaan-perusahaan konglomerat terkemuka seperti Indofood Group dalam industri makanan berbasis terigu; Bimoli Group dalam industri minyak goreng; Cipendawa Group dalam usaha peternakan ayam ras dan Dharmala Group untuk industri amoniak. Pola integrasi vertikal ini memang sangat cocok untuk tujuan pertumbuhan yang tinggi dan perolehan devisa, namun kurang efektif tujuan peningkatan penyerapan tenaga kerja dan pemerataan pendapatan. Lebih daripada itu, pola integrasi vertikal praktis tidak akan menyentuh para petani kecil yang masih mendominasi sektor pertanian kita saat ini. Oleh karena itu, pola ini tidak dianjurkan untuk ditumbuh-kembangkan secara luas di Indonesia.

Melihat kondisi struktur perekonomian Indonesia yang masih terlalu memberatkan sektor pertanian (Simatupang, 1991) dan sektor pertanian yang masih didominasi oleh petani kecil, maka dari segi kepentingan nasional pola UIB yang mesti dijadikan sebagai prioritas ialah pola koordinasi vertikal. Dalam hal ini, yang bertindak sebagai inisiator dan sekaligus koordinator dan motivator ialah pengusaha skala menengah-besar yang bergerak pada agribisnis hilir (agroindustri atau eksportir). Dengan lebih konkrit, demi untuk mempertahankan kehidupan (*survival*) dan mendorong pertumbuhan usahanya dalam era globalisasi, para pengusaha agroindustri dan eksportir perlu melakukan koordinasi dengan agribisnis hulu hingga ke petani dalam satu wadah kuasi organisasi internal.

Walaupun barangkali cukup ideal, dilihat dari kepentingan pembangunan, namun pengembangan UIB Pola Koordinasi Vertikal tidak akan berhasil jika dilakukan melalui kebijakan pemerintah yang bersifat memaksa. UIB Pola Koordinasi Vertikal tersebut memang menjanjikan keuntungan bagi para anggota-anggotanya, dan bahkan harus dilakukan demi untuk kelangsungan hidup mereka (Simatupang, 1995; Barry, Sonka dan Lajili, 1992; Sporleder, 1992; Brand, Kinnucan and Warman,

1988; Hurt, 1994; Drabenstott, 1994). Hal ini khususnya benar mengingat berbagai perubahan fundamental yang terjadi pada perekonomian dunia saat ini dan lebih-lebih pada masa mendatang. UIB Pola Koordinasi Vertikal tersebut merupakan suatu persekutuan bisnis strategis (*strategic business alliance*) yang sangat diperlukan agribisnis untuk dapat hidup dan berkembang dalam era globalisasi. Dengan demikian, pengembangan UIB Pola Koordinasi Vertikal merupakan strategi bisnis dalam era globalisasi dan konsisten pula dengan strategi pembangunan pertanian dengan pendekatan agribisnis yang kita laksanakan dalam beberapa tahun terakhir.

Dengan pemikiran bahwa sesungguhnya (potensial) UIB Pola Koordinasi Vertikal itu memang bermanfaat bagi para pelaku agribisnis, maka yang harus dibenahi ialah faktor-faktor yang menjadi penghalang perkembangannya. Dalam kaitan ini, saya melihat “hanya” ada dua persoalan pokok yaitu: (1) Para pengusaha menengah-besar yang bergerak dalam usaha agroindustri, perdagangan besar atau ekspor hasil-hasil pertanian kita (yang mestinya bertindak sebagai koordinator) belum menyadari bahwa koordinasi vertikal itu bermanfaat bagi mereka; dan (2) Ada hambatan struktural yang menyebabkan potensi manfaat koordinasi vertikal tersebut tidak dapat direalisasikan.

Masalah utama terutama disebabkan oleh sifat para pengusaha menengah-besar kita yang masih cenderung bersifat sebagai pedagang dan mengejar laba sebesar-besarnya dalam jangka pendek. Dengan bersifat sebagai pedagang, mereka kurang memperhatikan pengembangan produk. Karena mengejar laba sebesar-besarnya dalam jangka pendek, mereka tidak begitu memperhatikan kehidupan dan perkembangan agribisnis hulu. Dalam kaitan ini sudah saatnya Departemen Pertanian melakukan reorientasi sasaran penyuluhannya dari petani ke pengusaha agribisnis hilir.

Masalah kedua terutama disebabkan oleh adanya distorsi pasar karena adanya kekuatan monopsonistik/monopolistik. Kekuatan monopsonistik/monopolistik ini mungkin sekali diperoleh oleh atau diperkuat dengan adanya asosiasi agribisnis hilir yang berfungsi sebagai kartel maupun dari fasilitas (kebijakan) pemerintah. Dalam kaitan ini, sudah saatnya pemerintah mengendalikan kegiatan asosiasi agribisnis hilir sehingga tidak menjurus ke praktek kartel. Di samping itu, deregulasi dan debirokratisasi mesti dilanjutkan sehingga tidak ada lagi perusahaan agribisnis hilir yang memperoleh kekuatan monopsonistik maupun monopolistik karena fasilitas atau peraturan pemerintah.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Dari uraian di muka disimpulkan bahwa dalam era globalisasi, kunci keberhasilan pembangunan pertanian terutama terletak di tangan para pengusaha yang bergerak dalam agribisnis hilir (agroindustri dan eksportir) dan bukan di tangan petani. Departemen Pertanian perlu lebih meningkatkan upaya pembinaan bagi pengusaha agribisnis hilir, dengan sasaran utama pada pengembangan Unit Agribisnis Industrial Pola Koordinasi Vertikal. Unit Agribisnis Industrial adalah wadah kuasi organisasi internal para pelaku agribisnis dalam satu rantai agribisnis vertikal. Pembentukan unit agribisnis industrial tersebut merupakan inti dari industrialisasi pertanian yang dipandang strategi agribisnis yang sangat tepat dalam era globalisasi. Jika ini dapat dilakukan maka tujuan untuk meningkatkan pendapatan petani dan pertumbuhan sektor pertanian dalam era globalisasi yang sedang dan akan terus berlangsung dengan cepat akan dapat pula dicapai dengan lebih baik. Dengan demikian industrialisasi pertanian tersebut juga merupakan strategi pembangunan pertanian nasional dalam era globalisasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arty, V. 19881. *The Postwar International Money Crisis: An Analysis*. George Allen & Unwin. London.
- Barkema. A.D. 1993. *Reaching Consumers in the Twenty – First Century: The Short Way Around the Barn*. *American Journal of Agricultural Economics* 75(5):1126-1131.
- Barry, P.J. S.T. Sonka, and K. Lajili. 1992. *Vertical Coordination, Financial Structure, and The Changing Theory of the Firm*. *American Journal of Agriculture Economics* 74(5):1219-1225.
- Bell, P.F. and J. Tai. 1969. *Markets. Middlemen and Technology*. *Malayan Economic Review*, Vol.14, April.
- Brand, A., H. Kinnucan and M. Warman. 1988. *Economic Effects of Increased Vertical Control in Agriculture; The Case of the U.S. Egg Industry*. Bulletin No.592, Alabama Agricultural Experiment Station, Auburn University, USA.
- Breimyer, H.F. 1962. *The Three Economics of Agriculture*. *Journal of Farm Economics*. 44(3):679-716.
- Choi, K. 1983. *Theories of Comparative Economic Growth*. Iowa State University Press, Ames, USA.
- Cook, M.L. and M.E. Bredahl. 1991. *Agribusiness Competitiveness in the 1990's: Discussion*. *American Journal of Agricultural Economics* 73(5): 1472-1473.

- Council on Food, Agricultural and Resource Economics. 1994. Agricultural Industrialization: What Roles for Government Policy? Abstract in American Journal of Agricultural Economics 76(5):1232.
- Departemen Pertanian RI. 1994. Repelita VI Pertanian. Jakarta.
- Drebenstott, M. 1994. Industrialization: Steady Current or Tidal Wave?. Choice 4<sup>th</sup> Quarter: 4-8.
- Feeder, G. 1982. On Export and Economic Growth. Journal of Development Economics 12:59-73.
- Hurt, C. 1994. Industrialization in the Park Industry. 4<sup>th</sup> Quarter: 9-13.
- Kuntjoro-Jakti, D. 1995. Perencanaan Ekonomi Nasional Menghadapi Tantangan Globalisasi. Pidato Pengukuhan Guru Besar, Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 17 Juni 1995. Jakarta.
- Lee, C.H. and S. Naya. 1988. Trade in East Asian Development With Comparative Reference to Southeast Asian Experience. Economic Development and Cultural Change. 36(3):S123-S152.
- Martin, L., R. Westgren, and E. van Duren. 1991. Agribusiness Competitiveness Across National Boundaries. American Journal of Agricultural Economics. 73(5):1456-1464.
- Moore, C.V. and G.W. Dean. 1972. Industrialized Farming. In A.G. Ball and E.O. Heady (Eds.). Size, Structures and Future in Farms, CARD, IOWA State University Press, Ames, IOWA. USA.
- Ohmae, K. 1995. The End of the Nation State: The Rise of Regional Economies. McKinsey Company Inc. The tree Press, New York.
- Pack, H. 1992. Technology Gaps Between Industrial and Developing Countries: Are There Dividends for Latecomers. Proc. Ann. Conf. Dev. Ec. World Bank:283-392.
- Porter, M. 1985. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. Macmillan Co. New York.
- Sharples, J. and N. Milham. 1990. Long-run Competitiveness of Australian Agriculture. Foreign Agricultural Economic Report No.243. Economic Research Service, U.S. Department of Agriculture, Washington, D.C.
- Simatupang, P. 1995. Pengembangan Ekspor Sebagai Pemacu Pertumbuhan Sektor Pertanian: Pass Through dan Koordinasi Vertikal Sebagai Faktor Kunci. Makalah disampaikan pada Temu Wicara Dampak Kaitan Kebelakang (*Backward Linkages*) Industri Pengolahan Ubikayu Terhadap Besarnya Kesempatan Kerja, Pendapatan Tenaga Kerja dan Nilai Tambah yang Tercipta dari Kegiatan Ekspor, Cipanas, 9-10 April 1995. Biro Pengkajian Ekonomi dan Keuangan, Departemen Keuangan.
- Simatupang, P. 1992. Pertumbuhan Ekonomi dan Nilai Tukar Barter Sektor Pertanian. Jurnal Agro Ekonomi 11(1):37-56.

- Simatupang, P. 1991. The Development of the Manufacturing Sector in Indonesia. Seminar Report, AARD in the 1990'2 and Beyond, Volume Two: Detailed Proceedings, p.47-72. Agency for Agricultural Research and Development, Ministry of Agriculture, Indonesia.
- Simatupang, P. 1989. Integrasi Harga Ubikayu dan Gaplek di Lampung. Forum Statistik 8(1):21-28.
- Simatupang, P. dan J. Situmorang, 1988. Integrasi Pasar dan Keterkaitan Harga Karet Indonesia dengan Singapura. Jurnal Agro Ekonomi 7(2): 12-29.
- Simatupang, P. dan B. Isdijoso. 1992. Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Nilai Tukar Sektor Pertanian: Landasan Teoritis dan Bukti Empiris. Ekonomi dan Keuangan Indonesia. 40(1):33-48.
- Sporleder, T.L. 1992. Managerial Economics of Vertically Coordinated Agricultural Firms. American Journal of Agricultural Economics 74(5): 1226-1231.
- Stiffel, L.D. 1975. Imperfect Competition in a Vertical Market Network: The Case of Rubber in Thailand. American Journal of Agricultural Economics. 57(4):632-640.
- Streeter, D.H., S.T. Sonka and M.A. Hudson. 1991. Information Technology, Coordination and Competitiveness in the Food and Agribusiness Sector. American Journal of Agricultural Economics. 73(5):1465-1471.
- Wharton, C.R. 1962. Marketing, Merchandising, and Money Lending: A Note on Middlemen Monopsony in Malaya. Malayan Economic Review, 7(2):24-44.