

# EKONOMI PERTANIAN



Mardia • Megawati Citra Alam • Oeng Anwarudin  
Maria Herawati • Fastabiqul Khairad • Revi Ernanda  
Nurlina • Sarno • Bonaraja Purba • Amruddin



# EKONOMI PERTANIAN



## UU 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

### Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

### Pembatasan Perlindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- a. penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- b. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- c. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- d. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

### Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).

# **Ekonomi Pertanian**

Mardia, Megawati Citra Alam, Oeng Anwarudin  
Maria Herawati, Fastabiqul Khairad, Revi Ernanda  
Nurlina, Sarno, Bonaraja Purba, Amruddin



Penerbit Yayasan Kita Menulis



# Ekonomi Pertanian

Copyright © Yayasan Kita Menulis, 2021

Penulis:

Mardia, Megawati Citra Alam, Oeng Anwarudin  
Maria Herawati, Fastabiqul Khairad, Revi Ernanda  
Nurlina, Sarno, Bonaraja Purba, Amruddin

Editor: Abdul Karim

Desain Sampul: Devy Dian Pratama, S.Kom.

Penerbit

Yayasan Kita Menulis

Web: [kitamenulis.id](http://kitamenulis.id)

e-mail: [press@kitamenulis.id](mailto:press@kitamenulis.id)

WA: 0821-6453-7176

IKAPI: 044/SUT/2021

Mardia., dkk.

Ekonomi Pertanian

Yayasan Kita Menulis, 2021

xiv; 146 hlm; 16 x 23 cm

ISBN: 978-623-342-215-4

Cetakan 1, September 2021

- I. Ekonomi Pertanian
- II. Yayasan Kita Menulis

## Katalog Dalam Terbitan

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak maupun mengedarkan buku tanpa  
izin tertulis dari penerbit maupun penulis

# Kata Pengantar

Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat limpahan rahmat dan karunia-Nya serta kemampuan yang diberikan kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan penulisan buku kolaborasi Manajemen Agribisnis . Di dalam penyusunan buku kolaborasi Ekonomi Pertanian penulis telah berusaha semaksimal mungkin sesuai dengan kemampuan penulis dalam menyelesaikan buku ini. Tetapi sebagai manusia biasa, penulis tidak luput dari kesalahan maupun kekhilafan baik dari segi teknik penulisan ataupun tata bahasa yang kami gunakan.

Buku ini berjudul “Ekonomi Pertanian ” yang merupakan rangkuman dari berbagai sumber. Buku ini diharapkan menjadi bahan referensi dan dapat memberikan gambaran bahwa Ekonomi pertanian merupakan bagian dari ilmu ekonomi umum yang mempelajari fenomena dan permasalahan yang berkaitan dengan pertanian, baik mikro maupun makro. Sumber daya ekonomi pertanian meliputi lahan pertanian, rumah tangga pertanian, dan pendapatan petani.

Penulis menyadari jika didalam penyusunan buku ini mempunyai kekurangan, namun penulis meyakini sepenuhnya bahwa sekecil apapun buku ini tetap akan memberikan manfaat bagi pembaca. Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh pihak dan anggota yang telah berkontribusi dalam menyusun, memberi

dukungan, pendampingan dan penguatan hingga tuntasnya proses penyusunan sampai pada terbitnya buku ini.

Akhir kata, untuk penyempurnaan buku ini, kritik dan saran yang sifatnya membangun dari pembaca sangatlah berguna untuk penulis kedepan. Semoga buku ini dapat memberi manfaat kepada pembaca serta generasi penerus yang akan datang.

Makassar , Agustus 2021

Penulis

Mardia dkk



# Daftar Isi

Kata Pengantar .....	v
Daftar Isi .....	vii
Daftar Gambar .....	xi
Daftar Tabel .....	xiii

## **Bab 1 Definisi Dan Ruang Lingkup Ekonomi Pertanian**

1.1 Pendahuluan .....	1
1.2 Definisi Dan Ruang Lingkup .....	4
1.2.1 Ekonomi Pertanian Sebagai Disiplin Ilmu .....	5
1.2.2 Sistem Agribisnis: Pendekatan Pembangunan Pertanian Modern ..	7
1.2.3 Prinsip Ekonomi Dan Penerapannya Dalam Pertanian .....	8
1.3 Peran Pertanian Dalam Sistem Perekonomian Indonesia .....	12

## **Bab 2 Sumberdaya Pertanian**

2.1 Sumberdaya Dalam Pertanian .....	17
2.1.1 Sumber Daya Alam .....	17
2.1.2 Sumber Daya Manusia .....	18
2.1.3 Modal (Kapital) .....	21
2.1.4 Modal Usaha Tani .....	22
2.1.5 Teknologi .....	24
2.1.6 Manajemen .....	27

## **Bab 3 Kelembagaan Pertanian**

3.1 Pendahuluan .....	31
3.2 Kelembagaan Petani .....	32
3.2.1 Kelompok Tani .....	33
3.2.2 Gabungan Kelompok Tani .....	35
3.2.3 Kelembagaan Ekonomi Petani .....	38
3.2.4 Korporasi Petani .....	41
3.3 Kelembagaan Pertanian Pemerintah .....	43
3.4 Kelembagaan Pertanian Swasta .....	44

## **Bab 4 Teori Produksi Pertanian**

4.1 Pendahuluan.....	47
4.2 Pengertian Produksi Pertanian.....	47
4.3 Teori Produksi Pertanian.....	49
4.3.1 Produk Total (Pt) .....	49
4.3.2 Produk Rata-Rata (Pr) .....	50
4.3.3 Produk Marginal (Pm).....	51
4.4 Fungsi Produksi .....	52
4.4.1 Fungsi Produksi Jangka Pendek .....	53
4.4.2 Fungsi Produksi Jangka Panjang.....	55

## **Bab 5 Biaya Produksi Pertanian**

5.1 Pendahuluan.....	57
5.2 Biaya Dalam Kegiatan Usahatani .....	58
5.2.1 Biaya Tetap Dan Biaya Variabel.....	58
5.2.2 Biaya Yang Dibayarkan Dan Tidak Dibayarkan .....	59
5.2.3 Biaya Langsung Dan Biaya Tidak Langsung.....	60
5.2.4 Biaya Total Dan Biaya Rata-Rata .....	60
5.2.5 Biaya Marginal .....	64
5.2.6 Penerimaan, Pendapatan Dan Keuntungan .....	64
5.3 Penelitian Biaya Produksi Pertanian .....	65

## **Bab 6 Permintaan Dan Penawaran**

6.1 Permintaan .....	67
6.1.1 Teori Permintaan .....	67
6.1.2. Hukum Permintaan.....	69
6.1.3. Kurva Permintaan.....	70
6.1.4. Pergeseran Dan Pergerakan Kurva Permintaan .....	71
6.2 Penawaran .....	73
6.2.1 Teori Penawaran .....	73
6.2.2. Hukum Penawaran .....	74
6.2.3. Kurva Penawaran.....	74
6.2.4. Pergerakan Dan Pergeseran Kurva Penawaran .....	75
6.3 Karakteristik Permintaan Dan Penawaran Produk Pertanian.....	77
6.3.1. Produksi Yang Diperoleh Dari Usaha Kecil .....	77
6.3.2. Produksi Bersifat Musiman .....	77
6.3.3. Produksi Terpencar.....	78
6.3.4. Produk Hasil-Hasil Pertanian Bersifat Berat, Mengambil Banyak Tempat, Dan Mudah Rusak.....	78

**Bab 7 Pemasaran Komoditas Pertanian**

7.1 Pendahuluan.....	79
7.2. Pemasaran .....	80
7.2.1. Pemasaran Komoditas Pertanian .....	80
7.2.2. Pendekatan Sistem Pemasaran Komoditas Pertanian .....	81
7.2.3. Kegunaan (Utility) Pemasaran Komoditas Pertanian .....	82
7.2.4. Fungsi Pemasaran Komoditas Pertanian .....	82
7.3. Lembaga Dan Saluran Pemasaran Komoditas Pertanian .....	83
7.3.1. Lembaga Pemasaran Komoditas Pertanian .....	83
7.3.2. Saluran Pemasaran Komoditas Pertanian .....	86
7.4. Efisiensi Pemasaran Komoditas Pertanian .....	88

**Bab 8 Pasar Dan Kebijakan Pertanian**

8.1 Pendahuluan.....	91
8.2 Pengertian Pasar.....	92
8.2.1 Jenis Pasar Berdasarkan Keberadaan Konsumen Yang Menginginkan Dan Membutuhkan Barang/Jasa .....	93
8.2.2 Jenis Pasar Berdasarkan Cara Transaksi.....	96
8.2.3 Pasar Persaingan Sempurna.....	98
8.2.4 Pasar Persaingan Tidak Sempurna.....	101
8.3 Pengertian Kebijakan Pertanian .....	105
8.3.1 Tujuan Kebijakan Pertanian.....	106
8.3.2 Jenis Kebijakan Pertanian .....	107
8.3.3 Contoh Kebijakan Pertanian Secara Makro .....	109

**Bab 9 Perdagangan Internasional**

9.1 Pendahuluan.....	111
9.2 Globalisasi.....	112
9.3 Pentingnya Perdagangan Internasional .....	114
9.3.1 Hambatan Perdagangan Internasional.....	114
9.3.2 Beberapa Isu Penting Perdagangan Internasional .....	115
9.4 Pertanyaan Dasar Mengenai Perdagangan Internasional .....	117
9.5 Keunggulan Komparatif Dan Keunggulan Absolut .....	118
9.6 Manfaat Perdagangan Internasional .....	120
9.6.1 Manfaat Langsung .....	120
9.6.2 Manfaat Tidak Langsung .....	121



**Bab 10 Pembangunan Pertanian**

10.1 Pendahuluan.....	123
10.2 Pertanian Berkelanjutan .....	124
10.3 Ketahanan Pangan .....	127
10.4 Modernisasi Pertanian.....	129
 Daftar Pustaka .....	 133
Biodata Penulis .....	141

# Daftar Gambar

Gambar 2.1: Keterkaitan antara sumber daya alam dalam pertanian, (land) merupakan komponen yang paling penting .....	18
Gambar 4.1: Kurva Produksi Total dengan Satu Input Variabel .....	50
Gambar 4.2: Kurva Produk Rata-rata .....	51
Gambar 4.3: Kurva Produk Marginal .....	51
Gambar 4.4. Kurva PT, PR dan PM.....	54
Gambar 4.5: Kurva Isoproduk dari input K dan L .....	55
Gambar 5.1: Grafik Total Biaya Tetap (Total Fixed Cost).....	59
Gambar 5.2: Grafik Total Biaya Variabel (Total Variable Cost).....	59
Gambar 5.3: Grafik Total Biaya (Total Cost).....	61
Gambar 5.4: Rata-rata biaya tetap (Average Fixed Cost).....	62
Gambar 5.5: Rata-rata biaya variabel (Average Variable Cost).....	62
Gambar 5.6: Rata-rata biaya total (Average Total Cost) .....	63
Gambar 6.1: Kurva Permintaan Beras .....	71
Gambar 6.2: Gerakan Sepanjang Kurva Permintaan .....	72
Gambar 6.3: Pergeseran Kurva Permintaan.....	73
Gambar 6.4: Kurva Penawaran Beras .....	75
Gambar 6.5: Pergerakan Kurva Penawaran.....	75
Gambar 6.6: Pergeseran Kurva Penawaran .....	76
Gambar 7.1: Fungsi Pemasaran.....	83
Gambar 7.2: Mata Rantai Distribusi Pemasaran Komoditas Pertanian.....	88
Gambar 9.1: Hambatan Perdagangan Internasional.....	115
Gambar 10.1: Pertanian Berkelanjutan Abad-21 .....	125
Gambar 10.2: Mentan SYL meninjau Expose Inovasi Buah Tropika.....	128
Gambar 10.3: Penggunaan Teknologi dalam Pertanian .....	129





## Daftar Tabel

Tabel 6.1: Permintaan beras.....	71
Tabel 6.2: Penawaran beras .....	74



# **Bab 1**

## **Definisi dan Ruang Lingkup Ekonomi Pertanian**

### **1.1 Pendahuluan**

Ekonomi Pertanian pada umumnya menerapkan prinsip-prinsip ekonomi untuk produksi tanaman dan ternak. Disiplin ilmu yang dikenal sebagai Agronomi adalah cabang Ilmu Ekonomi yang secara khusus menangani penggunaan lahan. Ini berfokus pada memaksimalkan hasil tanaman, sambil mempertahankan ekosistem tanah yang baik. Sepanjang abad ke-20, disiplin ini diperluas dan cakupan disiplin saat ini jauh lebih luas. Ekonomi Pertanian sekarang mencakup berbagai bidang terapan, memiliki tumpang tindih yang cukup besar, dengan ekonomi konvensional. Agronomi atau penerapan metode ekonomi untuk mengoptimalkan keputusan, yang dibuat oleh produsen pertanian, menjadi terkenal, sekitar pergantian abad ke-20. Bidang ekonomi pertanian dapat ditelusuri ke bekerja pada ekonomi tanah. Bidang ekonomi pertanian telah berkembang selama beberapa dekade. Ekonom pertanian telah membuat banyak orang terkenal kontribusi di bidang ekonomi, dengan model seperti model sarang laba-laba, regresi hedonis, model penetapan harga, teknologi baru, model difusi (Zvi Griliches), teori dan pengukuran produktivitas dan efisiensi multifaktor, dan koefisien regresi acak. Sektor

pertanian sering disebut-sebut sebagai contoh utama persaingan sempurna dalam paradigma ekonomi (Lee and O'Brien, 1931).

Kata ekonomi pertanian terdiri dari dua kata, yaitu, pertanian dan ekonomi. Sebelum kita mendefinisikan ekonomi pertanian secara keseluruhan, sebaiknya kita mendefinisikan pertanian dan ekonomi secara terpisah. Kata pertanian, sejak lama, telah dikaitkan dengan industri produksi pangan pokok, yang dikenal sebagai pertanian. Namun setelah komersialisasi sektor pertanian, produksi pangan dan serat (pertanian) hanya menjadi salah satu bagian dari pertanian ilmiah. Pertanian modern memiliki cakupan yang jauh lebih luas saat ini dan itu termasuk industri pasokan pertanian serta industri pengolahan produk dan industri distribusi juga. Industri yang terkait erat dengan pertanian dikenal sebagai industri pertanian atau agribisnis.

Singkatnya, kita dapat mendefinisikan ekonomi pertanian sebagai ilmu terapan yang terutama berkaitan dengan masalah ekonomi yang berhubungan dengan usaha petani untuk mencari nafkah. Masalah-masalah mereka seperti yang kita ketahui banyak dan beragam sifatnya tetapi dapat dikelompokkan dalam tiga pokok utama: (a) Produksi; (b) Pemasaran; dan (c) Pembiayaan. Dengan demikian, ekonomi pertanian berkaitan dengan pengembangan prinsip-prinsip yang tepat yang mengatur jumlah tanah, tenaga kerja dan modal, yang harus digunakan seorang petani untuk bertani dengan paling efisien. Ekonomi pertanian sama-sama memperhatikan kekuatan-kekuatan yang memengaruhi harga barang-barang yang dia beli, jual atau dengan kata lain, hubungan antara pertanian dan perekonomian lainnya.

Indonesia merupakan negara agraris, di mana pertanian memegang peranan penting dalam totalitas perekonomian nasional. Hal ini terlihat dari banyaknya penduduk atau pekerja yang bekerja di kawasan pertanian. Dalam pembangunan pertanian di Indonesia, terlihat bahwa tujuan yang ingin dicapai adalah meningkatkan kesejahteraan petani secara lebih menyeluruh. Untuk mencapai tujuan tersebut dapat diupayakan dengan meningkatkan produksi, produktivitas tenaga kerja, lahan dan modal. Bagi Negara Indonesia, sebagian penduduknya masih tinggal di pedesaan (sekitar 60%) artinya kawasan pertanian masih memegang peranan penting dalam totalitas perekonomian nasional. Hal ini terlihat dari banyaknya penduduk dan pekerja yang tinggal dan bergantung pada zona pertanian, sehingga zona ini masih dianggap sebagai zona yang dapat menyerap tenaga kerja yang sangat besar dan merupakan mata pencaharian yang dominan bagi warga negara Indonesia (Simanjuntak et al., 2012).

Masalah finansial pertanian memiliki kapasitas yang tidak kalah pentingnya dengan aspek finansial dan ilmu agraria itu sendiri bisa menuju awal atau sebelum ilmu pertanian, bisa seiring, dan bisa juga sesudahnya. Dalam hal keuangan hortikultura, unsur aset atau faktor penciptaan dikaji, dilengkapi dengan isu, potensi, dan strategi seperti halnya asosiasi, organisasi, dan unsur pendukung lainnya. Pertanian juga membutuhkan aspek finansial agraria jika banyak kompos yang diberikan, berapa banyak hasil yang akan diperoleh, jika pupuk kandang dikurangi/ditambah berapa banyak keuntungan yang akan diperoleh, seperti halnya dalam mengatur penggunaan pekerjaan dan pengobatan bila selesai dengan perhitungan yang pasti. akan benar-benar ingin memberikan hasil yang produktif. Tanpa lupa kajian tentang hortikultura itu sendiri bagaimana kondisi tanahnya, curah hujannya, kondisi ekologiannya, dan sebagainya. Jauh lebih baik jika bisnis pertanian didorong oleh analis pasar direktur hortikultura daripada didorong oleh spesialis keuangan atau master pedesaan. Analis pasar pedesaan menikmati manfaat memiliki dua ilmu dasar yang berbeda, yaitu aspek keuangan (ekonomi) dan ilmu pedesaan (pertanian) (Sosial et al., 2012).

Adam Smith menganggap pertanian lebih produktif daripada perdagangan dan industri, karena kekuatan alam bekerja bersama dengan manusia. Adam Smith memanjakan diri dalam kontras kemurahan hati alami petani dengan kepentingan pribadi yang buruk dari mereka yang terlibat dalam perdagangan dan industri, terlepas dari keyakinannya pada prinsip kepentingan pribadi sebagai kekuatan fundamental masyarakat dan sebagai motif utama dalam kehidupan. Ia juga sepakat bahwa investasi di bidang pertanian cukup sesuai dengan kepentingan umum masyarakat. Oleh karena itu, ia dapat dianggap sebagai seorang fundamentalis pertanian. Sekarang diyakini bahwa model pertumbuhan dasar Adam Smith hanya mengacu pada sektor pertanian.

Pentingnya pertanian dalam pembangunan ekonomi negara mana pun, kaya atau miskin, dibuktikan oleh fakta bahwa itu adalah sektor utama ekonomi yang menyediakan bahan-bahan dasar yang diperlukan untuk keberadaan umat manusia dan juga menyediakan sebagian besar bahan mentah yang ketika diubah menjadi produk jadi berfungsi sebagai kebutuhan dasar umat manusia. Dalam ekonomi agraris yang dominan, pertanian memainkan peran paling strategis dari beberapa sudut pandang. Paling tidak, produksi pertanian harus ditingkatkan cukup cepat untuk mengimbangi pertumbuhan penduduk. Namun, dalam ekonomi industrialisasi yang cepat, ini tidak cukup. Industrialisasi tentu membawa serta urbanisasi dan perluasan cepat tenaga

kerja industri. Hal ini kemudian dapat diharapkan membawa serta peningkatan permintaan per kapita untuk makanan, berdasarkan pendapatan perkotaan yang lebih tinggi (Lee and O'Brien, 1931).

## 1.2 Definisi dan Ruang Lingkup

Ekonomi sebagai cabang ilmu sosial, didedikasikan untuk mempelajari perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan yang tidak terbatas, dengan memaksimalkan penggunaan alternatif sumber daya yang sangat langka. Kontradiksi antara kelangkaan sumber daya dan kebutuhan yang tidak terbatas mengharuskan manusia sebagai *Homo Economicus* untuk terus berperan dalam konteks optimalisasi pilihan.

Definisi ekonomi dapat diangkat dari 3 konsep kunci sebagai berikut:

1. Kebutuhan dan keinginan manusia yang tidak terbatas
2. Sumber daya ekonomi yang tersedia untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia relatif langka (*scarcity resources*).
3. Kedua kondisi tersebut mendesak masyarakat untuk terus memaksimalkan alternatif pilihan penggunaan sumber daya guna berbagi kepuasan konsumsi atau keuntungan yang maksimal

Dengan demikian, ilmu ekonomi adalah ilmu sosial yang berfokus pada perilaku manusia dalam memaksimalkan pengambilan keputusan pada pilihan alternatif terbaik untuk menggunakan sumber daya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Konsumen, berupaya untuk memaksimalkan pilihan konsumsinya guna mengoptimalkan kepuasan (*utilitas*) dengan anggaran belanja yang terbatas. Sementara itu, produsen akan berusaha untuk memilih alternatif terbaik untuk menggunakan sumber daya produktif yang mereka miliki untuk mengoptimalkan keuntungan atau keuntungan (Andayani, 2012).

Ilmu ekonomi dibagi menjadi dua cabang utama, yaitu ekonomi mikro dan ekonomi makro. Ekonomi mikro mempelajari perilaku unit ekonomi individu. Unit-unit ini meliputi konsumen, pekerja atau buruh, investor, pemilik tanah, perusahaan atau unit bisnis, dan setiap individu atau badan yang berperan dalam kinerja perekonomian. Ekonomi mikro menjelaskan bagaimana dan mengapa unit ekonomi ini membuat keputusan pembelian dan bagaimana

pilihan mereka dipengaruhi oleh perubahan harga dan pendapatan. Ekonomi mikro juga menjelaskan bagaimana perusahaan memutuskan berapa banyak pekerja yang akan dipekerjakan dan untuk berapa lama, bagaimana para pekerja ini memutuskan di mana harus bekerja dan pada tingkat upah berapa dan berapa jam untuk bekerja. Bidang kajian mikroekonomi lain yang tidak kalah pentingnya adalah bagaimana unit-unit ekonomi saling berinteraksi membentuk unit yang lebih besar, yaitu pasar dan industri (Pindyck dan Rubinfeld, 2001). Di sisi lain, ekonomi makro mengkaji ekonomi berdasarkan unit analisis agregat, seperti tingkat dan tingkat pertumbuhan produksi nasional, tingkat bunga, pengangguran dan inflasi.

Makna ekonomi pertanian berasal dari kemampuan disiplin ilmu ini untuk memecahkan masalah di bidang pertanian dengan menggunakan prinsip-prinsip ekonomi. Teori penawaran dan permintaan dalam pertanian akan digunakan untuk menjawab pertanyaan tentang jenis pangan apa yang harus diproduksi, dan berapa banyak yang harus diproduksi, guna memenuhi kebutuhan pangan masyarakat suatu wilayah atau negara. Selain itu, teori ekonomi juga dapat digunakan sebagai alat untuk menjelaskan mengapa harga produk pertanian naik atau turun dalam jangka waktu tertentu, mengapa harga yang dibayar konsumen lebih tinggi dari harga yang diterima petani, dan masih banyak pertanyaan lain yang muncul. bisa ditanyakan. menjelaskan jawabannya berdasarkan teori ekonomi (Anindita and Pudjiastuti, Agnes, 2016).

### 1.2.1 Ekonomi Pertanian Sebagai Disiplin Ilmu

Ekonomi adalah cabang ilmu yang mempelajari penggunaan sumber daya "langka" untuk memenuhi keinginan manusia yang tidak terbatas. Dengan keterbatasan tersebut, manusia harus membuat "pilihan" untuk memenuhi keinginannya, atau untuk memaksimalkan kepuasannya. Konsumen harus memilih untuk mengkonsumsi barang atau jasa yang mampu memberikan manfaat atau kepuasan yang maksimal dengan pendapatan atau anggaran yang terbatas. Produsen juga harus dapat membuat pilihan produksi, distribusi dan investasi untuk menghasilkan keuntungan yang maksimal berdasarkan sumber daya atau anggaran mereka. Setelah mempertimbangkan biaya dan manfaat yang diperoleh, masyarakat juga harus membuat pilihan untuk mengalokasikan sumber daya yang terbatas tersebut (Bakar, 2003).

Ekonomi pertanian, yang merupakan bidang aplikasi ekonomi secara umum, tampaknya lebih atau bahkan didominasi oleh pengaruh aliran positivisme.

Oleh karena itu, ekonomi pertanian yang berkembang di tanah air juga didominasi oleh positivisme ini. Dengan dominasi pemahaman ini, tidak banyak pengetahuan yang dihasilkan tentang nilai-nilai dalam pertanian atau dalam pemikiran pembangunan pertanian. Akibatnya, ketika kita berbicara tentang kebijakan pembangunan pertanian atau pembangunan lainnya, pengetahuan tentang nilai ini hanya diasumsikan. Padahal, setiap kebijakan membutuhkan pengetahuan tentang nilai-nilai tersebut, mengingat dalam praktiknya suatu kebijakan tidak akan pernah lepas dari nilai-nilai. Kenyataannya, pernyataan tujuan itu sendiri adalah pernyataan nilai. Oleh karena itu diperlukan pengetahuan tentang nilai-nilai baik sebagai pedoman maupun sebagai bagian integral dari suatu kebijakan pembangunan (Andayani, 2012).

Inti dari ilmu pertanian adalah biologi dan ekonomi. Karena pertanian selalu terikat oleh ruang dan waktu, maka ilmu-ilmu penunjang seperti ilmu tanah, meteorologi, teknik pertanian, biokimia, dan statistika juga dipelajari di bidang pertanian. Ilmu ekonomi pertanian berasal dari dua cabang ilmu yaitu Ilmu Pertanian dan Ilmu Ekonomi. Dengan kata lain, ekonomi pertanian adalah penerapan prinsip-prinsip ekonomi di bidang pertanian. Akibat dari keterbatasan tersebut menyebabkan materi kajian ekonomi pertanian menjadi sangat luas karena definisi di atas secara bersamaan mewakili masalah ekonomi, sosial dan kebijakan serta lingkungan, yang seperti kita ketahui sangat erat kaitannya dengan masalah ekonomi pertanian. Persepsi bahwa ekonomi pertanian semata-mata mencakup praktik produksi pertanian dan peternakan tidak dapat dibenarkan karena ruang lingkup ekonomi pertanian juga menyentuh lingkup kegiatan ekonomi yang jauh lebih luas, terutama yang terkait dengan industri pangan, serat, dan bioenergi. Lebih lanjut, karena ekonomi pertanian dapat dipandang sekaligus sebagai cabang ilmu dan ekonomi pertanian, maka ekonomi pertanian harus mencakup analisis ekonomi tentang proses teknis produksi dan hubungan sosial dalam produksi pertanian. Dari uraian di atas, dapat dikatakan bahwa ekonomi pertanian perlu dikaji sebagai salah satu cabang ilmu sosial yang berperan penting dalam mempelajari masalah-masalah yang muncul di bidang pertanian, pembangunan pertanian dan perkembangan perekonomian Indonesia pada umumnya.



### 1.2.2 Sistem Agribisnis: Pendekatan Pembangunan Pertanian Modern.

Urutan transformasi ekonomi di dunia biasanya dimulai dengan kegiatan sektor primer yaitu pertanian dan pertambangan dengan produk utama berupa barang primer atau setengah jadi, kemudian berkembang ke arah kegiatan agroindustri untuk mengolah hasil pertanian yang bertujuan untuk memperpanjang umur simpan komoditas pertanian, terutama untuk tujuan ekspor. Hasil yang dicapai dari kegiatan agroindustri di tingkat makro akan membentuk penghematan masyarakat dan devisa yang cukup besar untuk membiayai langkah selanjutnya menuju masyarakat industri. Urutan ini diikuti secara konsisten oleh banyak negara di dunia seperti Malaysia, Singapura dan China. Malaysia yang semula mengandalkan perkebunan karet sebagai penghasil devisa negara, telah mengembangkan agroindustri dari komoditas karet dan akhirnya mampu mengeksport karet dalam bentuk barang jadi, kemudian melakukan diversifikasi karet dengan kelapa sawit yang berpotensi lebih besar untuk dikembangkan dalam kegiatan agroindustri. Thailand telah berhasil mengembangkan berbagai komoditas pertanian serta mengembangkan agroindustri melalui jasa penelitian yang tangguh.

Jika dilihat dari sistem agribisnis, agroindustri merupakan bagian (subsistem) dari agribisnis yang mengolah dan mengubah hasil pertanian (bahan makanan, kayu dan serat) menjadi barang setengah jadi yang dapat langsung dikonsumsi dan barang atau bahan produksi industri yang digunakan dalam proses produksi seperti traktor, pupuk, pestisida, mesin pertanian dan lain-lain. Dari batasan di atas, agroindustri merupakan subsektor yang luas yang meliputi industri hulu dari sektor pertanian hingga industri hilir. Industri hulu adalah industri yang menghasilkan alat dan mesin pertanian serta sarana produksi industri yang digunakan dalam proses budidaya pertanian. Sedangkan industri hilir adalah industri yang mengolah hasil pertanian menjadi bahan baku atau barang yang siap konsumsi atau merupakan industri pasca panen dan pengolahan hasil pertanian.

Secara konseptual, sistem agribisnis dapat diartikan sebagai semua kegiatan yang dimulai dari pengadaan dan pendistribusian sarana produksi hingga pemasaran produk hasil pertanian dan perikanan serta agroindustri yang saling berkaitan satu sama lain.

Dengan demikian sistem agribisnis merupakan suatu sistem yang terdiri dari beberapa sub sistem, yaitu:

1. Subsistem pengadaan dan distribusi sarana produksi, pengembangan teknologi dan sumber daya manusia
2. Subsistem budidaya atau pertanian
3. Subsistem pengolahan hasil pertanian atau agroindustri
4. Subsistem pemasaran hasil pertanian

Dengan kata lain, sistem agribisnis (agroindustri) adalah keseluruhan atau kesatuan kinerja agribisnis yang terdiri dari subsistem agribisnis hulu (upstream agribusiness), subsistem usaha tani (on-farm agribusiness), subsistem agribisnis pengolahan (downstream agribusiness), agribisnis), subsistem pemasaran dan subsistem pendukung meliputi sarana, prasarana, pelayanan dan lingkungan yang kondusif untuk pengembangan agribisnis.

### 1.2.3 Prinsip Ekonomi dan Penerapannya dalam Pertanian

Proses pembangunan ekonomi memerlukan berbagai tindakan penyesuaian. Pada tataran ini diperlukan reorientasi pembangunan pertanian agar proses pembangunan pertanian yang berangkat dari orientasi peningkatan produksi pada masa pembangunan yang lalu dapat beradaptasi dengan perubahan lingkungan strategisnya sehingga menjadi proses pembangunan yang berwawasan agribisnis yang berdaya saing. Penyesuaian ini dirancang secara sistematis untuk kesejahteraan yang adil dan merata. Reorientasi arah pembangunan pertanian pada dasarnya merupakan rancangan strategis untuk menjawab tantangan masa depan, yang pada hakikatnya merupakan antisipasi untuk menangkap sinyal tren dan perubahan lingkungan strategis, baik global maupun domestic (Soetrisno, Evita Solihahani, 2014).

Seperti yang telah dijelaskan pada kegiatan pembelajaran sebelumnya, bahwa ekonomi pertanian adalah ilmu ekonomi yang berfokus pada pertanian, sehingga prinsip-prinsip ekonomi umum juga diterapkan dalam pembahasan ekonomi pertanian. Ilmu ekonomi umum mempelajari pengelolaan dan alokasi sumber daya yang langka (scarcity) dalam memenuhi kebutuhan yang tidak terbatas, ekonomi pertanian juga mempelajari bagaimana manusia mengelola dan mengalokasikan sumber daya yang langka. Kelangkaan sumber daya (scarcity of resources) dan kebutuhan masyarakat yang tidak terbatas menimbulkan masalah dalam pilihan dan pengambilan keputusan. Oleh karena

itu, seorang ekonom perlu mempelajari bagaimana masyarakat membuat keputusan.

Secara teoritis ada sepuluh prinsip dalam kegiatan ekonomi, yang selanjutnya dikelompokkan menjadi tiga kategori, yaitu:

1. Bagaimana orang membuat keputusan ?
2. Bagaimana orang berinteraksi satu sama lain ?
3. Bagaimana cara kerja perekonomian?

Ada sepuluh prinsip Ekonomi dan Implementasinya pada pertanian antara lain sebagai berikut:

1. Masyarakat menghadapi trade off. Sumber daya ekonomi yang menjadi dasar pemenuhan kebutuhan dan keinginan masyarakat itu langka, oleh karena itu untuk memperoleh sesuatu yang dibutuhkan harus mengorbankan sesuatu yang lain. Hal ini diperkuat dengan pepatah 'tidak ada makan siang gratis'. Trade off adalah pelajaran pertama dalam proses pengambilan keputusan. Misalnya, seorang petani harus mengambil keputusan antara menanam padi atau jagung. Dia mempertimbangkan dua hal, harga jagung musim lalu sangat bagus, tetapi di sisi lain dia membutuhkan panen padi karena dalam lima bulan ke depan dia akan menikahkan putrinya. Jika petani memilih menanam padi, petani harus mengorbankan kesempatan untuk mendapatkan harga jagung yang tinggi.
2. Biaya adalah apa yang Anda korbankan untuk mendapatkan sesuatu (biaya peluang). Biaya barang dan jasa yang sebenarnya adalah apa yang Anda korbankan untuk mendapatkannya. Biaya ini mencakup semua biaya langsung dan tidak langsung. Untuk alasan ini, dalam membuat keputusan, seseorang harus selalu membandingkan biaya dan manfaat dari setiap tindakan yang dipilih. Sebagai contoh: ketika seorang petani memutuskan untuk menanam daun nilam, peluang untuk mendapatkan keuntungan sangat jelas karena nilam merupakan bahan baku industri penyulingan minyak atsiri nilam.
3. Prinsip marginalitas. Orang yang rasional selalu berpikir secara bertahap. Banyak keputusan dalam hidup memerlukan penyesuaian

kecil bertahap dalam proses implementasi. Para ekonom menyebut ini sebagai perubahan marjinal. Dalam banyak situasi, kita akan dapat membuat keputusan terbaik jika kita mau berpikir secara bertahap (Mankiw, 2000).

4. Masyarakat bereaksi terhadap insentif. Karena kita selalu mengambil keputusan berdasarkan perbandingan antara biaya dan manfaat, perilaku kita akan berubah setiap kali perhitungan biaya dan manfaat berubah. Misalnya, jika harga apel Batu naik, konsumen akan mengurangi konsumsi apelnya, dan mulai beralih mengonsumsi salak atau jeruk. Bukan hanya konsumen yang bereaksi terhadap insentif pasar berupa kenaikan harga apel. Petani apel sebagai produsen juga bereaksi terhadap insentif yang sama dengan mencoba meningkatkan produksi apel mereka.
5. Perdagangan menguntungkan semua orang . Setiap unit ekonomi akan mendapatkan keuntungan dari perdagangan. Melalui perdagangan, semua pihak akan berkesempatan untuk mengkhususkan pada bidang yang paling dikuasainya sehingga output dari kegiatan produktif yang dilakukan lebih optimal.
6. Ekonomi Pasar adalah sistem yang paling efisien untuk menyelenggarakan kegiatan ekonomi . Apa yang disebut Smith sebagai tangan tak terlihat sebenarnya adalah mekanisme harga pasar. Harga mencerminkan nilai suatu barang bagi masyarakat dan biaya yang harus dibayar masyarakat untuk memproduksinya. Karena semua pelaku ekonomi mengambil keputusan berdasarkan informasi harga, maka mekanisme harga merupakan sistem yang paling efektif dan efisien untuk mengalokasikan sumber daya yang langka di antara para pelaku ekonomi tersebut.
7. Kebijakan ekonomi pemerintah ditujukan untuk mengoreksi kegagalan pasar . Kegagalan pasar adalah situasi di mana pasar gagal mengalokasikan sumber daya yang relatif langka secara efisien. Salah satu penyebab kegagalan pasar adalah eksternalitas, yaitu dampak tindakan satu pihak terhadap pihak lain. Contoh: Pemerintah melakukan operasi pasar untuk menstabilkan harga di pasar.

8. Standar hidup masyarakat bergantung pada produktivitas Perbedaan standar hidup antara satu negara dengan negara lain di dunia sangat signifikan. Masyarakat Jepang dan Indonesia, sebagai contoh pembandingan, tentu sangat berbeda dalam taraf hidup. Apa yang menjelaskan perbedaan standar hidup antar negara dan dari waktu ke waktu? Jawabannya ternyata sederhana. Hampir semua variasi dalam standar hidup ini dapat dikaitkan dengan perbedaan produktivitas antar negara dan dari waktu ke waktu. Produktivitas adalah jumlah barang dan jasa yang dapat dihasilkan oleh seorang pekerja dalam satu jam kerja. Di negara-negara di mana pekerja dapat menghasilkan lebih banyak barang dan jasa per unit waktu, sudah pasti bahwa orang menikmati standar hidup yang lebih tinggi.
9. Tingkat harga dipengaruhi oleh kebijakan moneter. Inflasi adalah kenaikan tingkat harga secara keseluruhan dalam suatu perekonomian. Beberapa penyebab inflasi antara lain pertumbuhan jumlah uang yang beredar di masyarakat. Dengan kata lain, uang juga mengikuti hukum pasar, yaitu nilainya akan berkurang jika jumlah uang yang beredar lebih banyak daripada produksi barang dan jasa.
10. Masyarakat menghadapi trade off antara inflasi dan pengangguran jangka pendek. Jika inflasi dan penyebabnya diketahui, mengapa dalam pelaksanaannya, Pemerintah seringkali kesulitan menurunkan inflasi. Salah satu penyebab sulitnya Pemerintah menahan lonjakan inflasi adalah karena upaya menekan inflasi seringkali mengakibatkan peningkatan angka pengangguran. Inflasi biasanya ditekan dengan mengurangi jumlah uang. Jika uang berkurang, maka dana investasi dan produksi menyusut. Artinya lapangan kerja baru akan berkurang, sehingga pengangguran akan meningkat. Dilema atau trade off antara inflasi dan pengangguran ini dikenal sebagai konsep Kurva Philips.

## 1.3 Peran Pertanian Dalam Sistem Perekonomian Indonesia

Menurut Sumodiningrat (2000), globalisasi ekonomi telah berdampak pada atas keniscayaan bahwa dalam pola pendekatan pembangunan pertanian ke depan diarahkan pada “Paradigma Pembangunan Pertanian Berkelanjutan” yaitu dalam konteks pembangunan manusia. Paradigma pembangunan pertanian ini bertumpu pada kemampuan bangsa untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat dengan kemampuannya sendiri, dengan memperhatikan potensi kelestarian lingkungan (Rivai and Anugrah, 2016).

Sektor pertanian masih memiliki peran yang sangat penting dalam menjaga dan meningkatkan kualitas pembangunan ekonomi. Di negara berkembang seperti Indonesia, Pertanian masih menjadi tulang punggung 38 juta orang (Farid et al., 2014).

Liberalisasi perdagangan yang berdampak pada derasnya impor produk pertanian akan memengaruhi produksi produk pertanian dalam negeri. Di antara beberapa strategi pembangunan ekonomi yang memenuhi beberapa syarat tersebut adalah Agribusiness Led Development, yaitu strategi pembangunan ekonomi yang mengintegrasikan pembangunan pertanian (meliputi perkebunan, peternakan, perikanan, dan kehutanan) dengan pengembangan sektor agroindustri dan linkage services. Strategi pengembangan sistem agribisnis diyakini mampu memimpin perekonomian Indonesia memiliki daya saing dan sinergi dalam perekonomian dunia. Untuk mengembangkan daya saing sistem agribisnis, people-driven, sustainable dan desentralisasi adalah tanggung jawab seluruh stakeholders agribisnis, sesuai dengan perannya masing-masing. Pelaku usaha adalah pelaku utama pembangunan agribisnis, pemerintah berperan sebagai fasilitator, regulator dan promotor pengembangan agribisnis, peneliti berperan mengembangkan teknologi, pendidikan berperan meningkatkan keterampilan sumber daya manusia (Pertanian et al., 2001).

Peranan sektor pertanian adalah sebagai sumber penghasil kebutuhan pokok, sandang dan papan, menyediakan lapangan kerja bagi sebagian besar penduduk, menyumbang pendapatan nasional yang tinggi, menyediakan devisa bagi negara dan memiliki multiplier effect ekonomi yang tinggi dengan ketergantungan yang rendah. impor (multiplier effect). yaitu keterkaitan input-output antara industri, konsumsi dan investasi. Multiplier impact-nya relatif

besar, sehingga sektor pertanian layak dijadikan sebagai sektor andalan dalam pembangunan ekonomi nasional. Sektor pertanian juga dapat menjadi basis pengembangan kegiatan ekonomi pedesaan melalui pengembangan usaha berbasis pertanian, yaitu agribisnis dan agroindustri. Dengan pertumbuhan positif yang konsisten, sektor pertanian berperan besar dalam menjaga laju pertumbuhan ekonomi nasional (Bakar, 2003).

Peran pertanian dalam perekonomian di Indonesia adalah sebagai berikut:

1. Kesejahteraan petani Sektor pertanian merupakan sumber mata pencaharian dan pendapatan utama bagi masyarakat petani. Kesejahteraan disini memiliki arti yang luas sehingga menumbuhkan partisipasi petani dan mampu meningkatkan kondisi sosial ekonomi petani melalui peningkatan akses teknologi, permodalan, dan pasar.
2. Menyediakan makanan Peran klasik sektor pertanian dalam perekonomian nasional adalah penyediaan pangan bagi penduduk Indonesia yang saat ini berjumlah 220 juta jiwa. Dengan peran pertanian sebagai penyedia pangan yang relatif murah, memungkinkan biaya hidup di Indonesia relatif rendah di dunia. Dan rendahnya biaya hidup di Indonesia merupakan salah satu daya saing nasional. Keberhasilan penyediaan pangan yang cukup dan stabil memiliki peran besar dalam terciptanya ketahanan pangan nasional, yang erat kaitannya dengan stabilitas sosial, ekonomi, dan politik.
3. Sebagai wahana pemerataan pembangunan untuk mengatasi kesenjangan pendapatan antar masyarakat dan kesenjangan antar daerah misalnya, mengingat pembangunan skala besar terjadi di daerah perkotaan, maka sebagian besar masyarakat tinggal di daerah pedesaan yang menjadi sumber sektor pertanian. Maka pembangunan pertanian harus didukung oleh pembangunan daerah, baik pembangunan infrastruktur maupun pembangunan sosial ekonomi.
4. Ini adalah pasar input untuk pengembangan agroindustri Indonesia memiliki sumber daya pertanian yang sangat besar, tetapi produk pertanian umumnya mudah rusak, memakan banyak ruang, dan bersifat musiman. Sehingga di era globalisasi di mana konsumen umumnya cenderung mengkonsumsi sayuran alami sepanjang waktu,

- berkualitas tinggi, tidak busuk, dan memakan tempat, peran agroindustri akan lebih dominan.
5. Dapatkan devisa. Sektor pertanian merupakan penyumbang devisa yang penting bagi Indonesia. Salah satu subsektor andalannya adalah subsektor perkebunan, seperti komoditas ekspor karet, kopi, teh, kakao, dan kelapa sawit. Lebih dari 50% dari total produksi komoditas ini untuk ekspor. Dalam lima tahun terakhir, subsektor perkebunan secara konsisten menyumbang devisa dengan rata-rata nilai ekspor produk primernya (tidak termasuk nilai ekspor produk olahan perkebunan) mencapai US\$ 4 miliar per tahun. Kontribusi sektor pertanian terhadap pembangunan dan devisa negara ditentukan oleh produktivitas sektor ini. Karena sektor ini memiliki kontribusi yang besar terhadap perekonomian nasional, produktivitas pertanian yang rendah akan memengaruhi produktivitas perekonomian secara keseluruhan.
  6. Memberikan kesempatan kerja Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, sektor pertanian memiliki peran penting dalam menyerap tenaga kerja. Pada tahun 1994 saja (BPS, 1996) 46% dari 82 juta orang angkatan kerja pada tahun itu diserap oleh subsektor pertanian primer. Sekali lagi, subsektor perkebunan berkontribusi terhadap pembangunan nasional. Hingga tahun 2003, jumlah tenaga kerja yang terserap oleh subsektor ini diperkirakan mencapai 17 juta orang. Kontribusi dalam penyediaan lapangan kerja juga memiliki nilai tambah tersendiri, karena subsektor perkebunan menyediakan lapangan kerja di pedesaan dan daerah terpencil. Dengan demikian, selain menyediakan lapangan kerja, subsektor perkebunan juga mengurangi arus urbanisasi.
  7. Pembentukan produk domestik bruto/peningkatan pendapatan nasional. Berdasarkan data yang kami peroleh, subsektor perkebunan merupakan salah satu subsektor yang memiliki kontribusi penting dalam menciptakan nilai tambah yang tercermin dari kontribusinya terhadap produk domestik bruto (PDB). Dari sisi nilai absolut berdasarkan harga yang berlaku, PDRB perkebunan terus meningkat dari sekitar Rp. 33,7 triliun pada tahun 2000 menjadi sekitar Rp. 47,0



triliun pada tahun 2003, atau meningkat dengan laju sekitar 11,7% per tahun. Dengan peningkatan tersebut, maka kontribusi PDRB subsektor perkebunan terhadap PDRB sektor pertanian adalah sekitar 16%. Dari PDB nasional tanpa migas, kontribusi subsektor perkebunan sekitar 2,9% atau sekitar 2,6% dari total PDB. Jika menggunakan PDB atas dasar harga konstan pada tahun 1993, maka pangsa subsektor perkebunan terhadap PDB sektor pertanian adalah 17,6%, sedangkan PDB non migas dan PDB nasional masing-masing sebesar 3,0% dan 2,8%.

8. Terus menjaga kelestarian sumber daya (berperan dalam pelestarian lingkungan). Tidak ada satupun negara di dunia seperti Indonesia yang kaya akan berbagai sumber daya alam pertanian (endowment factor). Oleh karena itu, diharapkan pemanfaatan sumberdaya tersebut dapat dimanfaatkan secara optimal dan tetap memperhatikan aspek keberlanjutan sumberdaya pertanian.



## **Bab 2**

# **Sumberdaya Pertanian**

## **2.1 Sumberdaya dalam Pertanian**

Sumber daya pertanian merupakan suatu aspek yang penting dalam melakukan proses pertanian. Aspek-aspek tersebut saling berkaitan erat satu sama lain, sehingga berpengaruh besar terhadap proses produksi pertanian. Dalam bab ini, kita akan membahas sumber daya pertanian yang berperan dalam pengolahan dan pengembangan produk pertanian, yang terdiri dari: (1) Sumber daya alam; (2) Sumber daya manusia; (3) Modal atau kapital; (4) Teknologi dan; (5) Manajemen.

### **2.1.1 Sumber Daya Alam**

Sumber daya alam adalah segala unsur alam, baik dari lingkungan abiotik maupun biotik yang dapat digunakan untuk menghasilkan barang guna memenuhi kebutuhan manusia. Unsur alam dapat dapat memegang dua peranan yang saling bertolak belakang dalam pembangunan dan peningkatan kesejahteraan manusia. Alam dapat menjadi hambatan, di sisi lain dapat bertindak sebagai sumber daya yang mendukung peningkatan kesejahteraan manusia. Definisi sumber daya alam menurut (Haryanto, 2009) adalah Land menggambarkan area yang meliputi seluruh atribut lingkungan hidup yang ada di atas, dekat atau di bawah permukaan bumi. Termasuk iklim, topografi

(kondisi cadangan air bawah tanah, geologi, populasi tumbuh-tumbuhan dan hewan, hasil fisik kegiatan manusia (pembuatan tersering, penyimpanan air, drainase, jalan, bangunan dan lain-lain).

Sumber daya alam ada yang dapat diperbarui (renewable resources) seperti tanah, air, hutan, padang rumput dan populasi ikan. Unsur sumber daya alam fisik (misalnya, tanah, air, dan udara) dibedakan dari sumber daya hayati, seperti hutan, padang rumput, tanaman pertanian dan perkebunan serta margasatwa. Beberapa sumber daya alam yang berperan penting dalam pertanian adalah tanah (land), matahari, udara dan air. Sedangkan sumber daya alam yang tidak dapat diperbarui atau (non renewable) seperti minyak bumi, bahan bakar fosil, batu bara, material radioaktif, mineral dan logam. Keterkaitan antara unsur-unsur tersebut tampak di Gambar 2.1.



**Gambar 2.1:** Keterkaitan antara sumber daya alam dalam pertanian, (land) merupakan komponen yang paling penting.

### 2.1.2 Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia mencakup semua energi, keterampilan, bakat dan pengetahuan manusia yang dipergunakan secara potensial, yang dapat atau harus dipergunakan untuk tujuan produksi dan jasa-jasa yang bermanfaat (Hanafie, 2010). Sumber daya manusia adalah kemampuan terpadu dari daya pikir dan daya fisik yang dimiliki individu. Pelaku dan sifatnya dilakukan oleh keturunan dan lingkungannya, sedangkan prestasi kerjanya dimotivasi oleh keinginan untuk memenuhi kepuasannya. Sumber daya manusia atau man

power atau biasa disebut SDM terdiri dari daya pikir dan daya fisik setiap manusia. Tegasnya kemampuan setiap manusia ditentukan oleh daya pikir dan daya fisiknya. SDM menjadi unsur utama dalam setiap aktivitas yang dilakukan. Peralatan yang canggih akan tidak berarti tanpa peran aktif SDM. Daya pikir adalah kecerdasan yang dibawa lahir (modal dasar) sedangkan kecakapan diperoleh dari usaha (belajar dan pelatihan).

Dalam ekonomi pertanian, sumber daya dibedakan atas sumber daya alam dan sumber daya manusia. Peranan manusia dalam ekonomi pertanian adalah sebagai konsumen dan produsen. Secara garis besar, sumber daya manusia (dalam arti penduduk) terdiri dari tenaga kerja dan bukan tenaga kerja. Penduduk yang merupakan tenaga kerja termasuk dalam sumber daya manusia. Tenaga kerja dibedakan atas angkatan kerja (labor force) dan bukan tenaga kerja (not in labor force). Tenaga kerja yang merupakan angkatan kerja terdiri dari penduduk usia kerja, sedangkan yang bukan tenaga kerja merupakan penduduk yang tidak bekerja, tetapi sedang mencari kerja dan siap untuk bekerja. Penduduk yang tergolong dalam angkatan kerja belum tentu produktif karena angkatan kerja dibedakan atas mereka yang bekerja dan yang menganggur. Jadi sumber daya manusia yang produktif adalah penduduk yang merupakan tenaga kerja dan golongan angkatan kerja yang tidak menganggur.

Dalam tinjauan secara mikro, hal-hal yang berkaitan dengan sumber daya manusia adalah perannya sebagai pelaku utama sektor pertanian. Pertanian merupakan proses produksi yang didasarkan atas pertumbuhan tanaman dan hewan. Terlaksananya proses tersebut dalam mencapai pengembangan pertanian sangat tergantung pada peranan sumber daya manusia sebagai pelaksananya. Dalam pertanian, bentuk usaha pertanian didominasi oleh pertanian rakyat yang merupakan sumber daya manusia sebagai produsen.

Dengan demikian, peranan sumber daya manusia dalam pertanian sebagai produsen dapat ditinjau dalam 3 aspek, yaitu:

1. Petani sebagai pekerja atau usaha tani (cultivator)

Peranan utama petani dalam usahatani adalah sebagai pekerja yang berarti mengusahakan usahatani sendiri. Dalam pelaksanaannya, petani itu tidak bekerja seorang diri, tetapi dibantu oleh tenaga kerja yang lainnya (istri dan anak-anaknya). Anak-anak di atas umur 10 tahun sudah bisa dianggap sebagai tenaga kerja yang produktif. Mereka dapat membantu mengatur pengairan, menuai padi,

mengangkat bibit dan sebagainya yang menurut mereka mudah dan bisa dikerjakan. Tenaga kerja yang berasal dari keluarga petani itu merupakan sumbangan keluarga produksi pertanian secara menyeluruh dan tidak dinilai dalam bentuk uang. Terkadang petani juga harus menyewa tenaga kerja dari luar ketika pekerjaan di usahatani membutuhkan banyak tenaga kerja yang tidak bisa dikerjakan oleh tenaga kerja keluarga sendiri.

2. Petani sebagai pemimpin usahatani (manager)

Petani merupakan seorang pemimpin atau pengelola usahatani. Dalam peranan ini, yang paling diutamakan adalah keterampilan, termasuk keterampilan dalam mengambil keputusan dalam berbagai alternatif yang ada. Keputusan yang diambil petani selaku pengelola antara lain menentukan pilihan tanaman apa yang sesuai untuk dibudidayakan, kapan memulai budidaya, kapan pemupukan harus dilakukan, di mana tempat yang tepat untuk membeli pupuk, menentukan jumlah pemberian dosis yang tepat untuk pupuk dan lain sebagainya. Dengan berkembangnya teknologi dalam pertanian, petani harus lebih banyak lagi mengembangkan kecakapan pada proses jual beli, misalnya menentukan bibit unggul, pupuk atau alat pertanian baru. Dengan beralihnya pertanian dari sifat subsisten menjadi lebih komersial, tugas petani sebagai pemimpin usahatani akan menjadi lebih rumit.

3. Petani sebagai diri sendiri (person)

Petani sebagai diri sendiri atau pribadi merupakan anggota sebuah keluarga dan ia pun menjadi anggota masyarakat suatu desa atau rukun tetangga dan warga. Sebagai manusia, peranan petani sama saja dengan peranan anggota masyarakat lainnya. Pada dasarnya petani itu sama dengan semua manusia yang memiliki 4 (empat) kapasitas penting dalam hidupnya, yaitu (1) bekerja; (2) belajar; (3) berpikir kreatif dan (4) bercita-cita. Petani memiliki kesanggupan dasar yang sama, serta mereka digerakkan oleh dorongan pribadi dan pengaruh masyarakat yang sama.

Faktor-faktor yang berpengaruh dari tinjauan mikro tersebut adalah umur, pendidikan, pengalaman, lingkungan dan sebagainya. Dalam hal pendidikan,

sebagian besar angkatan kerja pertanian di Indonesia tidak menamatkan pelajarannya hingga menengah atas, bahkan banyak yang hanya berada di tingkat dasar. Sehubungan dengan usaha pengembangan pertanian, hal tersebut menjadi permasalahan yang serius. Dengan tingkat pendidikan yang demikian rendah, sangat sulit untuk mobilisasi tenaga kerja dari satu sektor ke sektor lainnya, misalnya dari angkatan kerja pertanian ke sektor industri atau modernisasi pertanian.

### 2.1.3 Modal (Kapital)

Modal adalah barang atau uang yang bersama-sama faktor produksi tanah dan tenaga kerja menghasilkan barang-barang baru (Mubyarto, 1989). Modal atau kapital mengandung banyak arti, tergantung pada penggunaannya. Dalam arti sehari-hari, modal sama artinya dengan harta kekayaan seseorang. Semua harta berupa uang, tabungan, tanah, rumah, mobil, dan lain sebagainya yang dimiliki. Modal tersebut dapat mendatangkan penghasilan bagi si pemilik modal, tergantung pada usahanya dan penggunaan modalnya. Dalam ilmu ekonomi juga banyak definisi tentang modal.

Menurut Von Bohm Bawerk, arti modal atau kapital adalah segala jenis barang yang dihasilkan dan dimiliki masyarakat, disebut kekayaan masyarakat. Sebagian kekayaan itu digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi dan sebagian lagi digunakan untuk memproduksi barang-barang baru dan inilah yang disebut modal masyarakat atau modal sosial. Jadi, modal adalah setiap hasil atau produk atau kekayaan yang digunakan untuk memproduksi hasil selanjutnya (Daniel, 2004).

Modal dalam pertanian atau usahatani diklasifikasikan sebagai bentuk kekayaan, baik berupa uang maupun barang yang digunakan untuk menghasilkan sesuatu secara langsung atau tidak langsung dalam suatu proses produksi. Modal adalah barang atau uang yang bersama-sama dengan faktor produksi tanah dan tenaga kerja menghasilkan barang baru dalam hasil pertanian. Modal petani yang diluar tanah adalah ternak, cangkul, alat-alat pertanian, pupuk, bibit, pestisida, hasil panen yang belum dijual, tanaman yang masih ada di sawah. Dalam pengertian yang demikian tanah bisa dimasukkan dalam modal. Bedanya adalah tanah tidak bisa dibuat oleh manusia tapi dibuat oleh alam sedangkan yang lain dibuat oleh manusia. Sedangkan apa yang disebut seluruh tersebut, seluruhnya dibuat oleh tangan manusia (Mubyarto 1989).

Tanah serta alam sekitarnya dan tenaga kerja adalah faktor produksi asli, sedangkan modal dan peralatan merupakan substitusi faktor produksi tanah dan tenaga kerja. Dengan modal dan peralatan, faktor produksi tanah dan tenaga kerja dapat memberikan manfaat yang jauh lebih baik bagi manusia. Dengan modal dan peralatan maka penggunaan tanah dan tenaga kerja juga dapat dihemat. Oleh karena itu, modal dapat dibagi menjadi dua, yaitu *land saving capital* dan *labour saving capital* (Suratiyah, 2006).

Modal dikatakan *land saving capital* jika dengan modal tersebut dapat menghemat penggunaan lahan, tetapi produksi dapat dilipatgandakan tanpa harus memperluas areal. Contohnya pemakaian pupuk, bibit unggul, pestisida, dan intensifikasi. Modal dikatakan *labour saving capital* jika dengan modal tersebut dapat menghemat penggunaan tenaga kerja. Contohnya pemakaian traktor untuk membajak, mesin penggiling padi (*Rice Milling Unit/RMU*) untuk memproses padi menjadi beras, pemakaian *thresher* untuk penggabahan, dan sebagainya.

#### 2.1.4 Modal Usaha Tani

Selain modal lancar atau *current input* (bibit/benih, pupuk, pestisida/bahan pengendalian hama penyakit) dan modal tetap (alat-alat pertanian), yang tidak kalah penting adalah modal perbankan dalam bentuk uang tunai atau kredit. Bagi petani di daerah pedesaan, pembentukan modal sering dilakukan dengan cara menabung (menyisihkan sebagian dari pendapatannya untuk keperluan masa yang akan datang). Dewasa ini, pemerintah membantu dengan memberikan berbagai macam kredit produksi, namun belum semuanya dimanfaatkan dengan baik, baik dari sasaran maupun pengelolaan.

Pemilikan modal petani sangat beragam, sehingga perlu diklasifikasikan menjadi petani besar, kaya, cukup dan komersial dalam tingkat klasifikasi atas. Petani kecil, miskin, tidak cukup dan tidak komersial masuk dalam tingkat klasifikasi bawah. Dalam pengembangan pertanian, ketersediaan modal dalam jumlah cukup dan tepat waktu merupakan unsur penting dan unsur strategis. Modal dalam bentuk uang tunai sangat diperlukan bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, tetapi lebih daripada itu untuk membeli sarana produksi pertanian. Sumber pembiayaan tersebut dapat berasal dari lembaga keuangan perbankan dan nonperbankan. Sumber pembiayaan non perbankan yang telah berkembang antara lain *taskin agribisnis*, modal ventura, laba BUMN, pegadaian, lembaga keuangan mikro, pola kontrak investasi kolektif (KIK), dan lain-lain. (Hanafie, 2010).



Dari beberapa informasi yang diperoleh, petani dan pelaku agribisnis memiliki usaha yang feasible, bahkan ada yang mampu membayar harga modal 5-20% per bulan, namun seringkali petani dan pelaku agribisnis tidak bankable. Pada prinsipnya, petani dan pelaku agribisnis lebih mengharapkan mekanisme pembiayaan yang mudah jika dibandingkan dengan pembiayaan yang murah.

Beberapa faktor yang menyebabkan petani dan pelaku agribisnis tidak bankable, antara lain:

1. Tidak ada jaminan, terutama jika berhubungan dengan lembaga keuangan formal. Jaminan yang umum dimiliki adalah tanah, sementara kenyataan menyebutkan bahwa masih banyak permasalahan berkaitan dengan kepemilikan tanah. Secara umum, tidak adanya pengakuan terhadap aset yang dimiliki petani karena tidak adanya bukti hukum terhadap aset-aset tersebut.
2. Adanya track record yang buruk terhadap lembaga pembiayaan yang pernah ada, contoh KUT (kredit usaha tani).
3. Sulitnya petani dan pelaku agribisnis mengikuti formalitas yang diharapkan pihak bank secara langsung.
4. Sebagian besar, lembaga keuangan formal tidak mampu (atau tidak mau), atau tidak mengerti dan tidak memahami sifat nature dari kegiatan pertanian, misalnya masalah gestate period, hubungan dengan iklim atau musim dan lain-lain.

Berdasarkan beberapa faktor penyebab tidak bankable-nya petani dan pelaku agribisnis tersebut, maka kendala utama faktor pembiayaan usaha agribisnis adalah:

1. Belum ada bank khusus untuk membiaya pertanian (Bank Pertanian).
2. Perbankan sangat berhati-hati saat penyaluran kredit ke sektor agribisnis.
3. Terbatasnya lembaga penjaminan kredit untuk sektor pertanian.
4. Proses pembelajaran dari pola channeling ke pola executing.
5. Adanya program pemerintah yang sifatnya bantuan menghambat penyaluran kredit perbankan.
6. Kesan perbankan bahwa sektor agribisnis masih high risk.

Sehubungan dengan hal itu, strategi pengembangan pembiayaan nonperbankan dalam rangka pengembangan pertanian dapat dilakukan dengan cara:

1. Menyempurnakan kebijakan pembiayaan nonperbankan yang ada sehingga dapat dimanfaatkan lebih baik lagi oleh petani dan pelaku agribisnis.
2. Meningkatkan akses petani dan pelaku agribisnis terhadap sumber pembiayaan nonperbankan.
3. Mensosialisasikan sumber pembiayaan nonperbankan yang telah ada.
4. Menjalin kerjasama dengan sumber pembiayaan nonperbankan, baik dalam negeri maupun luar negeri.

### 2.1.5 Teknologi

Meningkatnya produksi pertanian adalah sebagai akibat pemakaian teknik-teknik atau metode dalam usahatani. Dalam agribisnis, jika ingin mengharapkan hasil yang tinggi maka harus meninggalkan atau merubah metode konvensional menjadi metode yang lebih modern. Perubahan yang dilakukan mulai dari input pertanian, maupun metode-metode yang digunakan ketika menginginkan produktivitas yang tinggi dan pertanian yang semakin berkembang. Pembangunan pertanian akan terus berjalan ketika ada perubahan dan pengembangan teknologi. Ketika perubahan teknologi itu terhenti, maka berhenti pula pengembangan dan pembangunan pertanian.

Teknologi dapat dibagi menjadi dua, dimensi pengetahuan dan bukan pengetahuan (Hanafie, 2010). Jika dikaitkan dengan pengetahuan, teknologi merupakan penerapan dari pengetahuan ilmiah kealaman, pengetahuan sistematis tentang seni industrial, serta penerapan pengetahuan ilmiah untuk industri, pertengahan antara ilmu murni dan ilmu terapan atau merujuk pada makna keahlian atau ilmu terapan dengan empat cabang, yaitu (1) teknologi fisik; (2) teknologi biologis; (3) teknologi sosial; dan (4) teknologi pikir. Jika dikaitkan dengan aspek bukan pengetahuan, teknologi merupakan suatu produksi untuk tujuan-tujuan ekonomis, suatu sistem yang netral untuk tujuan apapun, ungkapan kepentingan manusia untuk berkuasa, serta aktivitas kerja manusia untuk membantu, baik secara fisik maupun intelektual dalam menghasilkan bangunan, produk atau jasa yang dapat meningkatkan produktivitas manusia untuk memahami, beradaptasi dan mengendalikan lingkungan dengan lebih baik atau aktivitas dan hasil dari aktivitas yang merujuk pada pabrik, barang atau jasa.

Menurut Mosher (1965), teknologi yang senantiasa berubah merupakan salah satu syarat mutlak dalam pengembangan produksi, entah itu produksi pertanian atau produksi industri, dan lain-lain. Tanpa adanya teknologi, produksi akan berhenti tidak ada kemajuan (statis).

Sehubungan dengan sifat paradigma manusia tentang teknologi, ada 2 (dua) gerakan yang cukup dominan, yaitu:

1. Gerakan yang berkembang dan mendapatkan latar belakang filosofisnya dari scientism dan positivisme, dengan ciri pokoknya:
  - a. Keharusan teknologi yang menyatakan bahwa setiap ilmu yang dapat diterapkan wajib juga untuk diterapkan. Melalaikan kewajiban tersebut berarti menghalangi kemajuan.
  - b. Setiap masalah yang timbul karena teknologi akan dapat dipecahkan dengan teknologi pula.
  - c. Elitisme dalam teknologi dan struktur teknologi menentukan bahwa jenis teknologi hanya dapat ditangani oleh sekelompok orang tertentu saja. Teknologi telah memengaruhi penilaian seseorang terhadap orang lain. Ada anggapan, mereka yang memiliki, menggunakan dan membina teknologi memiliki kedudukan dan peran yang lebih penting dari yang lain.

Sikap atau anggapan seperti ini membuat teknologi menjadi terisolasi dari komponen kebudayaan yang lain, bahkan terdapat kecenderungan menganggap bahwa teknologi sebagai sistem tertutup, yang menyatakan bahwa masalah yang lahir oleh teknologi, hanya dapat di atasi dengan teknologi. Ini merupakan sikap arogan terhadap akibat nonteknologis terhadap komponen-komponen kebudayaan yang lain.

2. Gerakan yang menentang paradigma teknologi, yang didasarkan pada asumsi scientism dan positivisme yang dikenal dengan teknologi tepat guna. Paradigma teknologi tepat ini berusaha mengembalikan teknologi pada jangkar sejarahnya, yaitu untuk kesejahteraan semua orang dengan membongkar elitisme dalam teknologi, serta mengembangkan teknologi yang lebih demokratis sesuai dengan situasi budaya dan geografis setiap masyarakat dengan orientasi utama

untuk pemenuhan kebutuhan-kebutuhan dasar. Sehubungan dengan itu, ada 4 (empat) nilai yang dijadikan dasar gerakan ini, yaitu:

- a. Pengutamaan usaha swadaya berkaitan dengan perumusan permasalahan, pemecahan dan pengelolaan teknologi.
- b. Penghargaan yang tinggi terhadap desentralisasi.
- c. Pengutamaan kegotongroyongan dalam melakukan sesuatu.
- d. Adanya kesadaran tanggung jawab jangka pendek dan jangka panjang, serta tanggung jawab sosial dan ekologis.

Teknologi akan menjadi sangat efektif dan efisien jika penggunaannya tepat sasaran. Dalam sumberdaya pertanian, teknologi dibagi menjadi 4 (empat) bagian, yaitu:

1. Teknologi mekanis, yang meliputi traktor untuk pengolahan lahan, mesin-mesin (contoh: mesin perontok padi), pengendalian tikus dengan sistem gropyokan dan sebagainya.
2. Teknologi kimia, yang mencakup pupuk (contoh: urea, TSP/SP36, KCL dan lain-lain) dan pestisida yang berbahan dasar dari kimia.
3. Teknologi biologi, yang mencakup pupuk hayati, pupuk hijau, mikroba untuk pengolahan pupuk organik, pestisida nabati, pestisida hayati, rekayasa genetika dan lain sebagainya.
4. Teknologi asli/lokal (indigeneous technology), meliputi pranata mangsa, bahan-bahan lokal untuk pembuatan pupuk dan pestisida serta lainnya.

Teknologi yang diterapkan dalam suatu wilayah akan sangat ditentukan hasilnya oleh situasi dan kondisi yang ada. Dilihat dari ketepatan teknologi yang akan diterapkan tersebut, kemudian dikenal dengan istilah teknologi tepat guna. Dalam pertanian, beberapa teknologi bisa diperoleh dari beberapa sumber, sebagai berikut:

- a. Teknik dari petani lain.
- b. Mendatangkan pelatihan dari daerah lain.
- c. Percobaan terarah (purposefull experimentation).

### 2.1.6 Manajemen

Pertanian merupakan bidang yang sangat penting bagi kelangsungan hidup umat manusia. Perkembangan pertanian diawali dari perubahan sosial pada masyarakat prasejarah, yaitu perubahan yang awalnya dari budaya *food gathering* (berburu dan meramu) menjadi *food producing* (bercocok tanam). Sejak saat itulah, periode bercocok tanam selalu mengalami perkembangan sesuai dengan tuntutan zaman. Bidang pertanian disamping industri, di mana dalam bidang industri sebagian besar bahan-bahan bakunya adalah hasil-hasil dari pertanian. Tujuan dari pembangunan dalam bidang pertanian ialah agar negara dapat mencapai swasembada bahan pangan dan ternyata hasil-hasil baik telah tercapai, terbukti dari kebijakan yang diambil pemerintah yaitu dengan membatasi impor berbagai jenis bahan pangan. Perkembangan keberhasilan dalam bidang pertanian telah nampak jelas walaupun belum sepenuhnya mencapai sasaran. Hal ini dikarenakan pengelolaan (manajemen) kerap kali dianggap remeh dan kurangnya pengetahuan sehingga sering terabaikan.

Manajemen pertanian adalah bagaimana cara merencanakan suatu usahatani yang akan dilakukan, mengorganisasikan tenaga kerja yang dibutuhkan, memberikan pengarahan kepada tenaga kerja tentang apa yang harus dilakukan, mengkoordinasikan hal-hal apa saja yang menjadi tantangan dalam melakukan kegiatan pertanian tersebut serta mengawasi tenaga kerja dan produksi sehingga mencapai tujuan, dalam hal ini adalah mendapatkan laba ataupun profit bagi produsen tersebut. Manajemen memiliki banyak pengertian, menurut (Stoner & dkk, 1996) manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian dan penggunaan terhadap sumberdaya organisasi lainnya supaya tujuan organisasi dapat tercapai sesuai dengan yang ditetapkan.

Jumlah penduduk yang semakin meningkat dengan cepat dan produk konsumsi yang dihasilkan tidak dapat mengimbangi jumlah penduduk tersebut menjadikan masalah tersendiri. Oleh karena itu, manajemen produk pertanian haruslah diberi perhatian khusus agar dapat mencapai kegiatan perencanaan, pengawasan, evaluasi dan pengendaliannya.

Ruang lingkup manajemen produksi pertanian yang harus diperhatikan antara lain sebagai berikut:

1. Perencanaan produksi pertanian.
2. Pemilihan komoditas pertanian.
3. Pemilihan lokasi produksi pertanian dan penempatan fasilitas.

4. Skala usaha pertanian.
5. Perencanaan proses produksi pertanian.
6. Biaya produksi pertanian.
7. Penjadwalan produksi pertanian.
8. Perencanaan pola produksi pertanian.
9. Perencanaan dan sistem pengadaan input-input dan sarana produksi pertanian.

Manajemen sebagai sumber daya yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan suatu usahatani. Jumlah produksi dan keberhasilan suatu usahatani tergantung siapa yang mengelolanya. Dengan kata lain, manajemen sebagai sumber daya sangat dipengaruhi oleh human capital pengelola usahatani tersebut sebagai kunci keberhasilan suatu usahatani tersebut.

Faktor produksi usahatani pada dasarnya adalah tanah dan alam disekitarnya, tenaga kerja, modal serta peralatan yang digunakan. Namun demikian, ada beberapa pendapat yang memasukkan manajemen sebagai faktor produksi keempat walaupun secara tidak langsung. Manajemen dalam hal ini sebenarnya telah melekat pada tenaga kerja.

Peran petani sebagai manajer meliputi 4 (empat) aktivitas sebagai berikut:

1. Aktivitas Teknis
  - a. Memutuskan akan memproduksi apa dan bagaimana caranya.
  - b. Memanfaatkan lahan.
  - c. Membuat gambaran tentang teknologi dan peralatan yang akan digunakan serta implikasinya pada penggunaan tenaga kerja.
  - d. Menentukan skala usaha.
2. Aktivitas Komersial
  - a. Menghitung berapa dan apa saja input yang digunakan baik yang telah ada maupun yang akan dicari.
  - b. Menentukan kapan, di mana dan berapa jumlah input yang diperoleh.
  - c. Mengestimasi penggunaan input dan produksi yang akan diperoleh.
  - d. Menentukan pemasaran hasil, kepada siapa, di mana, kapan dan kualitas produk atau hasil.

3. Aktivitas Finansial
  - a. Mendapatkan dana dari diri sendiri, dari pinjaman kredit atau kredit lainnya.
  - b. Menggunakan dana untuk memperoleh pendapat dan keuntungan (jangka panjang).
  - c. Mengestimasi kebutuhan dana untuk jangka panjang yang akan datang (investasi untuk penggantian alat-alat atau perluasan lahan)
4. Aktivitas Akuntansi
  - a. Membuat catatan tentang semua transaksi baik bisnis maupun pajak.
  - b. Membuat laporan.
  - c. Menyimpan data tentang usahanya.

Berdasarkan aktivitas tersebut, sangat jelas peran petani sebagai manajer dituntut banyak hal meliputi pengetahuan, pengalaman dan keterampilan yang cukup agar dapat memilih alternatif usaha yang terbaik. Dengan kata lain, keberhasilan suatu usahatani tergantung bagaimana peran manajer (petani) tersebut dalam memberi solusi pada usahatani yang dilakukannya. Oleh karena itu, manajemen merupakan suatu seni (art) yang sulit diukur kuantifikasinya.

Osburn & Schneeberger (1978) menyatakan bahwa manajemen terdiri atas tiga hal yang saling berkaitan, yaitu manajemen sebagai suatu pekerjaan, manajemen sebagai sumber daya, dan manajemen sebagai prosedur. Manajemen sebagai sumberdaya yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan suatu usahatani. Jumlah produksi dan keberhasilan suatu usahatani tergantung siapa yang mengelolanya. Dengan kata lain, manajemen sebagai sumber daya sangat dipengaruhi oleh human capital pengelola usahatani tersebut sebagai kunci keberhasilan suatu usahatani tersebut. Intinya Osburn berusaha menunjukkan bahwa masing-masing pengelola usahatani mempunyai seni (art) dan pengetahuan serta keterampilan sendiri-sendiri dalam mengelola usaha tani.

Pemahaman prosedur manajemen sangat penting bagi petani terutama dalam hal pemecahan masalah. Petani sebagai manajer harus benar-benar menguasai masalah-masalah yang timbul dari usahatannya. Untuk mengetahui dan memecahkan masalah tersebut, ada beberapa tahapan yang harus dilalui seorang petani sebagai manajer. Pertama, petani harus mengetahui akar permasalahan bukan hanya mengetahui gejala awalnya saja. Kedua, petani harus bertindak sesuai data fakta yang didapat. Ketiga, petani harus mampu menganalisis dan

menemukan alternatif penyelesaian permasalahan tersebut. Keempat, sebagai manajer, seorang petani harus dapat mengambil keputusan yang tepat agar permasalahan yang terjadi dapat di atasi.

Keberhasilan suatu usahatani dimulai dari awal yaitu penentuan tujuan dan harapan yang diinginkan karena segala kegiatan harus mengarah pada tujuan-tujuan tersebut. Dengan adanya tujuan, maka usahatani tersebut dalam pengambilan keputusan segala kegiatan usahatani dapat diarahkan. Dengan demikian, untuk meraih keberhasilan dalam usahatani sangat ditentukan oleh pengambil keputusan yang berdasarkan pada tujuan usahatani, permasalahan serta kondisi yang jelas, fakta dan data yang aktual, serta analisis yang tepat dan akurat. Kemampuan, pengetahuan keterampilan, dan pengalaman petani yang cukup sangat diperlukan dan sangat menentukan keberhasilan usahatannya.



## **Bab 3**

# **Kelembagaan Pertanian**

### **3.1 Pendahuluan**

Kelembagaan adalah sebuah sistem yang dibuat manusia untuk membuat dan mengendalikan metode, norma, nilai, prosedur dan kedudukan setiap komponen dalam mencapai tujuan tertentu. Komponen dalam kelembagaan tersebut dapat berupa subjek yaitu manusia selaku penggerak sistem, semua norma, metode dan prosedur yang mengendalikan sistem tersebut berjalan. Kelembagaan seperti susunan organ pada tubuh manusia yang menggerakkan masyarakat. Setiap aktivitas dan interaksi dalam masyarakat tersebut pasti digerakkan oleh satu atau lebih kelembagaan. Tiap orang yang ikut serta di dalamnya dikendalikan oleh norma dan nilai yang menjadikan tuntutan dalam bersikap, bertindak dan berperilaku. Demikian juga dalam masyarakat pertanian, kelembagaan pertanian mengendalikan semua aktivitas pelaku pertanian.

Para pakar telah mengemukakan pengertian kelembagaan. Saptenno dan Tjiptabudy (2015) mengemukakan bahwa kelembagaan terbentuk oleh perilaku kelompok masyarakat atau kumpulan manusia. Nurrofi, Murti Laksono, dan Hendrayanto (2017) menambahkan bahwa kelembagaan membimbing agar masing-masing individu yang berada di dalamnya berperilaku untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan bersama. Oleh sebab itu kelembagaan dimaksudkan sebagai satu kesatuan norma yang sifatnya resmi maupun tidak resmi yang berperan mengatur potensi dan interaksi antar individu-individu

yang ada di dalamnya (Indriani, Hartawan, dan Wulandari, 2020). Soekanto (2015) menyebutkan ada tiga hal penting dalam kelembagaan yaitu: (1) nilai dan norma, (2) pola perilaku dan (3) sistem yang mengatur interaksi (peran dan status yang mengakibatkan perilaku secara umum).

Kelembagaan adalah sistem yang penuh dengan norma dan nilai yang mengatur kehidupan manusia untuk mencapai tujuan bersama. Norma-norma yang berkembang di masyarakat memiliki kekuatan mengikat. Kelembagaan dapat berwujud sebagai relasi sosial baik non formal maupun formal yang memiliki struktur dan badan hukum. Relasi sosial bisa merupakan sebuah kelembagaan ketika memiliki seperangkat aturan yang disepakati dan dipatuhi bersama. Selanjutnya dalam kelembagaan, terdapat Sumber Daya Manusia (SDM) yang berpartisipasi dan dapat diidentifikasi dengan jelas. Kemudian orang-orang yang terlibat tersebut saling berinteraksi, berkoordinasi untuk mencapai tujuan bersama. Setiap orang yang ikut serta dalam kelembagaan tersebut juga memiliki posisi dan peranannya masing-masing (Zaman, dkk., 2021).

Kelembagaan dalam bidang pertanian memiliki peranan yang strategis. Kelembagaan pertanian berperan penting dalam menggerakkan sistem agribisnis di pedesaan. Pedesaan sangat mengandalkan sektor pertanian dengan dukungan kelembagaan pertanian yang produktif (Nasrul, 2012). Oleh sebab itu agar pedesaan dan pertanian menjadi maju maka kelembagaan pertanian yang profesional harus diwujudkan. Dalam perkembangannya, kelembagaan pertanian meliputi kelembagaan petani, kelembagaan pemerintah dan kelembagaan swasta.

## 3.2 Kelembagaan Petani

Sebagian besar petani masih memiliki posisi tawar yang sangat lemah. Oleh sebab itu kelembagaan petani sangat strategis dalam upaya memperkuat dan meningkatkan posisi tawar untuk menggerakkan sistem agribisnis petani. Ketika petani masih beraksi sebagai individu maka kemungkinan besar petani berada pada posisi yang lemah (posisi tawar rendah). Sebagian besar petani memiliki atau mengusahakan lahan yang sempit dan modal yang sangat terbatas (Anwarudin, dkk., 2020b). Oleh sebab itu petani harus bersama dalam suatu kelembagaan petani yang kuat. Kesadaran petani yang ditumbuhkan dengan baik, memiliki peranan mendorong kelembagaan untuk mampu berperan optimal, memiliki kekuatan formal, dan bersifat partisipatif. Keberadaan

kelembagaan pertanian pada sisi yang lain perlu disesuaikan dengan kearifan lokal dan karakter anggota kelompok sehingga mampu menjangking potensi dan kebutuhan anggota kelompok. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2013 tentang Perlindungan dan Pemberdayaan Petani, menyebutkan bahwa kelembagaan petani memainkan fungsi sebagai wahana pendidikan untuk memobilisasi modal, sumber daya lokal, tenaga kerja, pengetahuan, dan informasi agar usaha tani bisa dikembangkan dengan baik. Kepentingan anggota terwadahi dalam kemitraan usaha, aspirasi anggota terkait usaha tani termasuk media komunikasi antara petani dan pemerintah terjamin, serta dapat membantu menyelesaikan permasalahan anggota dalam usaha tani.

Kelembagaan petani adalah lembaga yang ditumbuhkembangkan dari, oleh, dan untuk petani guna memperkuat kerjasama dalam memperjuangkan kepentingan petani dalam bentuk kelembagaan. Kelembagaan petani yang saat ini ada secara formal adalah Kelompok Tani (Poktan), Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan), Kelompok Ekonomi Petani (KEP) dan Korporasi Petani (Harniati dan Anwarudin, 2018).

### 3.2.1 Kelompok Tani

Kelompok tani merupakan kelembagaan yang sering ditemui di lapangan. Kementerian Pertanian (2016) menyatakan bahwa kelompok tani adalah kumpulan petani/peternak/pekebun yang dibentuk atas dasar kesamaan kepentingan, kesamaan kondisi lingkungan (sosial, ekonomi, sumber daya) dan keakraban untuk meningkatkan dan mengembangkan usaha anggota. Setiap kelompok tani diharapkan dapat mewadahi dan memfasilitasi kegiatan agribisnis petani sehingga menjadi kelembagaan petani yang kuat dan mandiri. Potensi kelompok tani di Indonesia sangat besar dalam mendukung, melaksanakan dan menggapai kemajuan pada bidang pertanian. Terlebih lagi berbagai kegiatan pembinaan, pendampingan, penyuluhan dan pelatihan petani menggunakan pendekatan kelompok melalui kelompok-kelompok tani maupun gabungan kelompok tani. Strategi ini dipilih selain pada aspek legalitas juga diharapkan petani terdorong untuk berkelompok dalam rangka efektifitas pembinaan yang dilakukan oleh semua pihak.

Fungsi kelompok tani adalah sebagai wadah kelas belajar, wahana kerja sama dan unit produksi. Sebagai wadah kelas belajar maka kelompok tani diarahkan untuk mempunyai kemampuan sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi dan merumuskan kebutuhan;
2. Merencanakan dan mempersiapkan pencapaian pemenuhan kebutuhan;
3. Menumbuhkan kedisiplinan dan motivasi anggota;
4. Melaksanakan pertemuan dan pembelajaran secara kondusif dan tertib;
5. Menjalin kerjasama dengan sumber-sumber informasi, baik yang berasal dari sesama anggota, instansi pembina maupun pihak terkait;
6. Menciptakan lingkungan yang kondusif;
7. Aktif dalam proses belajar-mengajar, termasuk mendatangkan dan berkonsultasi kepada kelembagaan penyuluhan pertanian, dan sumber-sumber informasi lainnya;
8. Mengemukakan dan memahami keinginan, pendapat dan masalah anggota;
9. Merumuskan kesepakatan bersama, dalam memecahkan masalah dan melakukan berbagai kegiatan; dan
10. Merencanakan dan melaksanakan pertemuan berkala, baik internal maupun dengan instansi terkait.
11. Sebagai wahana kerjasama maka kelompok tani diarahkan untuk mempunyai kemampuan sebagai berikut:
12. Menciptakan suasana saling kenal, saling percaya mempercayai dan selalu berkeinginan untuk bekerjasama;
13. Menciptakan suasana keterbukaan dalam menyatakan pendapat dan pandangan diantara anggota untuk mencapai tujuan bersama;
14. Mengatur dan melaksanakan pembagian tugas/kerja diantara anggota sesuai dengan kesepakatan bersama;
15. Mengembangkan kedisiplinan dan rasa tanggungjawab diantara anggota;
16. Merencanakan dan melaksanakan musyawarah agar tercapai kesepakatan yang bermanfaat bagi anggota;
17. Melaksanakan kerjasama penyediaan sarana dan jasa pertanian;
18. Melaksanakan kegiatan pelestarian lingkungan;

19. Mentaati dan melaksanakan kesepakatan, baik yang dihasilkan secara internal maupun dengan pihak lain;
20. Menjalin kerjasama dan kemitraan usaha dengan pihak penyedia sarana produksi, pengolahan, pemasaran hasil dan/atau permodalan; dan
21. Melakukan pemupukan modal untuk keperluan pengembangan usaha anggota.

Selanjutnya kelompok tani sebagai unit produksi, diharapkan untuk memiliki kemampuan sebagai berikut:

1. Mengambil keputusan dalam menentukan pengembangan produksi yang menguntungkan berdasarkan informasi yang tersedia dalam bidang teknologi, sosial, permodalan, sarana produksi dan sumber daya alam lainnya;
2. Menyusun rencana dan melaksanakan kegiatan bersama, serta rencana kebutuhan poktan atas dasar pertimbangan efisiensi;
3. Memfasilitasi penerapan teknologi (bahan, alat, cara) usaha tani oleh anggota sesuai dengan rencana kegiatan;
4. Menjalin kerjasama dan kemitraan dengan pihak lain yang terkait dalam pelaksanaan usaha tani;
5. Mentaati dan melaksanakan kesepakatan, baik yang dihasilkan secara internal maupun dengan pihak lain;
6. Mengevaluasi kegiatan dan rencana kebutuhan bersama, sebagai bahan pertimbangan dalam merencanakan kegiatan yang akan datang;
7. Meningkatkan kesinambungan produktivitas dan kelestarian sumber daya alam dan lingkungan; dan
8. Mengelola administrasi secara baik dan benar.

### 3.2.2 Gabungan Kelompok Tani

Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan) dibentuk dalam rangka mempermudah pengembangan kelompok tani-kelompok tani. Gapoktan berperan menjadi lokomotor, dinamisator, serta koordinator dalam upaya peningkatan produksi dan pemasaran para anggotanya. Meski pada saat ini keberadaan kelompok tani belum sepenuhnya bisa berkembang dan naik kelas dengan baik, Gapoktan

mempunyai peranan dalam membina kelompok tani-kelompok tani yang menjadi anggotanya. Charina (2016) menambahkan bahwa pengembangan kelembagaan petani harus bertumpu pada kekuatan dan potensi lokal serta berorientasi pasar. Kekuatan tersebut salah satunya harus didukung dengan ketersediaan SDM petani yang mumpuni.

Gabungan Kelompok Tani yang selanjutnya disebut Gapoktan adalah kumpulan beberapa Kelompok Tani yang bergabung dan bekerjasama untuk meningkatkan skala ekonomi dan efisiensi usaha. Gapoktan berfungsi sebagai unit usaha sarana dan prasarana produksi, unit usaha tani/produksi, unit usaha pengolahan, unit usaha pemasaran, unit usaha keuangan mikro (simpan-pinjam), dan unit penyedia informasi serta unit jasa penunjang lainnya.

Sebagai unit usaha sarana dan prasarana produksi, Gapoktan harus memiliki kemampuan sebagai berikut:

1. Menyusun rencana kebutuhan dan penyediaan sarana dan prasarana produksi Pertanian dari setiap anggota Gapoktan
2. Mengorganisasikan kegiatan penyediaan sarana dan prasarana produksi Pertanian dengan Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) terkait dan lembaga usaha sarana dan prasarana produksi Pertanian; dan
3. Menjalin kerjasama/kemitraan usaha dengan pihak penyedia sarana dan prasarana produksi pertanian (pabrik dan kios saprodi), permodalan, pengolahan, dan/atau pemasaran hasil.

Sebagai unit usaha tani atau produksi, Gapoktan memiliki kemampuan sebagai berikut:

1. Merencanakan dalam mengembangkan usaha tani yang menguntungkan berdasarkan informasi yang tersedia dalam bidang teknologi, sosial, ekonomi, permodalan, sarana produksi dan sumber daya alam lainnya yang berbasis kawasan;
2. Memfasilitasi penerapan teknologi (bahan, alat, cara) usaha tani yang direkomendasikan badan litbang pertanian/bptp sesuai dengan rencana kegiatan gapoktan;
3. Menjalin kerjasama/kemitraan usaha dengan pihak lain yang terkait dalam pelaksanaan usaha tani;

4. Melaksanakan kesepakatan, baik yang dihasilkan bersama dalam Gapoktan maupun kesepakatan dengan pihak lain;
  - a. mengevaluasi kegiatan bersama dan rencana kebutuhan Gapoktan, sebagai bahan perencanaan kegiatan yang akan datang;
  - b. meningkatkan kesinambungan produktivitas dan kelestarian sumber daya alam dan lingkungan;
  - c. merumuskan kesepakatan bersama, baik dalam memecahkan masalah maupun untuk melaksanakan berbagai kegiatan; dan
  - d. merencanakan dan melaksanakan pertemuan secara berkala, baik di dalam Gapoktan, antar Gapoktan atau dengan Poktan, serta dengan instansi/lembaga terkait.

Sebagai unit usaha pengolahan, Gapoktan memiliki kemampuan sebagai berikut:

1. Menyusun rencana kebutuhan peralatan pengolahan hasil Usaha tani anggota;
2. Menjalin kerjasama/kemitraan usaha dengan pihak penyedia peralatan pertanian dan penyedia saprodi serta pengusaha pengolahan hasil-hasil pertanian dan pelaku pasar;
3. Mengembangkan kemampuan anggota dalam pengolahan produk-produk hasil pertanian; dan
4. Mengorganisasikan kegiatan produksi usaha tani anggota ke dalam unit-unit usaha pengolahan dan pemasaran.

Sebagai unit usaha pemasaran, Gapoktan memiliki kemampuan sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi, menganalisis potensi dan peluang pasar berdasarkan sumberdaya yang dimiliki untuk mengembangkan komoditi/produk dari usaha tani anggota guna memberikan keuntungan usaha yang lebih optimal;
2. Merencanakan kebutuhan pasar berdasarkan sumberdaya yang dimiliki dengan memperhatikan segmentasi pasar;
3. Menjalin kerjasama/kemitraan usaha dengan pelaku pasar dan pihak pemasok produk-produk hasil pertanian; dan

4. Mengembangkan kemampuan memasarkan produk-produk hasil pertanian.

Sebagai unit usaha keuangan mikro, Gapoktan memiliki kemampuan sebagai berikut:

1. Menumbuhkembangkan kreativitas dan prakarsa anggota untuk memanfaatkan sumber-sumber pembiayaan agribisnis yang tersedia;
2. Menumbuhkembangkan aksesibilitas anggota terhadap sumber-sumber pembiayaan agribisnis yang tersedia;
3. Meningkatkan kemampuan anggota dalam mengelola keuangan mikro secara komersial;
4. Mengembangkan kemampuan anggota untuk menggali sumber sumber usaha yang mampu meningkatkan permodalan;
5. Mendorong dan mengadvokasi anggota agar mau dan mampu menyisihkan hasil usaha guna pengembangan modal usaha; dan
6. Mendorong dan mengadvokasi anggota gapoktan agar mau dan mampu melakukan kegiatan simpan-pinjam, menyisihkan hasil usaha tani guna memfasilitasi pengembangan modal usaha.

Sebagai unit penyedia informasi, Gapoktan dapat melayani anggota dalam penyediaan informasi. Informasi tersebut yaitu informasi tentang sarana produksi pertanian, harga komoditas pertanian, peluang dan tantangan pasar, perkiraan iklim, dan ledakan organisme pengganggu tumbuhan dan/atau wabah penyakit hewan menular, pendidikan, pelatihan, dan penyuluhan, pemberian subsidi dan bantuan modal, ketersediaan lahan pertanian. Untuk menunjang kegiatan unit penyedia informasi, Gapoktan diharapkan dapat memanfaatkan cyber-extension atau penyedia informasi pertanian lainnya. Selanjutnya Gapoktan dapat mengembangkan unit jasa penunjang lainnya yang dapat mendukung pengembangan agribisnis di wilayahnya.

### 3.2.3 Kelembagaan Ekonomi Petani

Kelembagaan ekonomi petani adalah kelembagaan petani baik yang berbadan hukum maupun yang tidak berbadan hukum, yang memiliki kegiatan usaha tani dari hulu sampai hilir di sektor pertanian yang ditumbuhkembangkan oleh, dari dan untuk petani guna meningkatkan skala ekonomi yang menguntungkan dan efisiensi usaha. Kementerian Pertanian (2012) melalui Petunjuk Pelaksanaan



Pengembangan Kelembagaan Ekonomi Petani menjelaskan bahwa upaya pengembangan kelembagaan petani dilakukan melalui pengembangan kapasitas petani dengan membentuk kelembagaan ekonomi yang diarahkan menjadi Badan Usaha Milik Petani (BUMP) sehingga dapat meningkatkan posisi tawar petani dengan berbagai pihak.

Setiap kelembagaan petani baik poktan maupun gapoktan memiliki peluang untuk membentuk kelembagaan ekonomi petani, namun demikian kelembagaan ekonomi petani harus terbentuk berdasarkan kebutuhan petani untuk mengembangkan usaha memerlukan dukungan aspek legal formal agar memiliki posisi tawar yang sama dengan kelembagaan ekonomi lainnya.

Kriteria umum bagi kelembagaan petani yang akan membentuk kelembagaan ekonomi petani diantaranya:

1. Telah melakukan kegiatan usaha berkelompok yang berorientasi pasar
2. Struktur organisasi kelembagaan petani (Poktan, Gapoktan) telah memiliki kepengurusan yang melakukan kegiatan usaha atau unit usaha agribisnis
3. Memiliki perencanaan usaha yang disusun secara partisipatif dalam kurun waktu atau siklus usaha tertentu
4. Memiliki pencatatan dan pembukuan usaha
5. Telah membangun jejaring dalam pengembangan usaha dengan kelembagaan petani lainnya
6. Telah membangun kemitraan usaha dengan pengusaha atau kelembagaan ekonomi lainnya
7. Membutuhkan dukungan aspek legal formal untuk memperkuat pengembangan usaha.

Tahapan pengembangan kelembagaan ekonomi petani terdiri dari persiapan, pembentukan dan pelaksanaan pengembangan serta monitoring dan evaluasi. Rencana pembentukan kelembagaan ekonomi petani secara formal dimulai dari musyawarah/rembug tani poktan/gapoktan untuk menyepakati pembentukan kelembagaan ekonomi petani. Selanjutnya dilaksanakan fasilitasi berupa pendampingan oleh penyuluh pertanian bersama dengan pihak-pihak yang berkaitan dengan kelembagaan ekonomi, seperti Dinas Koperasi dan UKM, Dinas Perdagangan, dan petugas teknis terkait dari dinas lingkup pertanian sesuai dengan komoditi/produk yang dikembangkan oleh

kelembagaan petani tersebut. Materi fasilitasi antara lain meliputi: pengenalan bentuk-bentuk kelembagaan ekonomi petani; manfaat kelembagaan ekonomi petani; persyaratan dan proses pembentukan kelembagaan ekonomi petani; struktur, tugas, tanggung jawab dan fungsi perangkat organisasi kelembagaan ekonomi petani.

Selama persiapan ini dilakukan pendampingan oleh penyuluh pertanian sesuai dengan jadwal yang disepakati bersama Poktan/Gapoktan. Musyawarah/rembug tani Poktan/Gapoktan dilaksanakan pula untuk menetapkan bentuk kelembagaan ekonomi petani. Penetapan ini harus secara partisipatif dan tidak boleh ada pemaksaan. Verifikasi dan validasi kelayakan kelembagaan petani sebagai calon kelembagaan ekonomi petani dilakukan oleh kelembagaan yang membidangi penyuluhan di kabupaten/kota bekerjasama dengan pihak-pihak terkait (Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi, dinas lingkup pertanian). Selanjutnya disiapkan dokumen-dokumen kelengkapan dan persyaratan pembentukan kelembagaan ekonomi petani sesuai dengan bentuk kelembagaan yang disepakati.

Pembentukan kelembagaan ekonomi petani tergantung bentuk kelembagaannya. Jika kelembagaan ekonomi petani yang disepakati dalam bentuk koptan, maka pendiriannya didaftarkan di instansi yang menangani koperasi setempat dan disahkan untuk mendapatkan legalitas dari notaris (tata cara pembentukan koperasi lihat Undang-undang Perkoperasian Nomor 17 Tahun 2012). Jika kelembagaan ekonomi petani yang disepakati dalam bentuk PT, pendiriannya didaftarkan pada notaris dan dilanjutkan dengan pendaftaran di Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (Tata cara pembentukan PT lihat Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007).

Setelah kelembagaan ekonomi petani terbentuk, masih diperlukan adanya fasilitasi dari berbagai pihak, agar kelembagaan ekonomi petani mampu mengembangkan usaha tani berskala ekonomi yang menguntungkan dan efisien. Untuk itu kelembagaan ekonomi petani perlu difasilitasi antara lain:

1. Penguatan kapasitas manajerial usaha kelembagaan ekonomi petani melalui: perencanaan usaha (business plan), pengembangan atau diversifikasi produk, perencanaan ketersediaan dan pemasaran (marketing plan), keuangan, akuntansi dan perpajakan.
2. Pengembangan jejaring dan kemitraan antara lain melalui penguatan dan peningkatan likuiditas modal, dan pencarian peluang pasar.

Bagi kelembagaan ekonomi petani yang telah menunjukkan keberhasilan dalam kegiatan usaha taninya, dapat melengkapi kegiatannya melalui pengembangan pelayanan informasi agribisnis. Hal ini dapat memberikan dampak saling menguntungkan melalui pengembangan jejaring dan kemitraan. Selain itu dapat pula dikembangkan program pemagangan dan pelatihan bagi Poktan/Gapoktan yang akan membentuk kelembagaan ekonomi petani.

### 3.2.4 Korporasi Petani

Sempitnya lahan pertanian yang dimiliki atau dikuasai petani, terutama di Pulau Jawa, menyebabkan rendahnya tingkat efisiensi usaha dan mempersulit pencapaian tingkat efektivitas dalam pemanfaatan sumber daya. Demikian juga dari sisi standarisasi mutu, kepemilikan lahan sempit memiliki risiko mutu hasil pertanian beragam. Hal ini akan memengaruhi biaya dan keuntungan usaha tani, sehingga pendapatan yang relatif kurang optimal (Prasetyo dan Setiani, 2019). Berbagai hasil kajian menunjukkan pendapatan dari usaha tani skala kecil belum layak untuk mencukupi kebutuhan hidup rumah tangga petani (Pratama, dkk., 2017).

Solusi terhadap situasi ini adalah petani melakukan kerja sama atau berkorporasi. Kementerian Pertanian telah menerbitkan Peraturan Menteri Pertanian Nomor 18/Permentan/RC.040/4/2018 tentang pedoman pengembangan kawasan pertanian berbasis korporasi petani. Pengembangan kawasan pertanian berbasis korporasi adalah pengelolaan pembangunan wilayah sentra produksi dalam skala ekonomi dan terkait secara fungsional dalam hal potensi sumber daya alam, kondisi sosial budaya, faktor produksi dan keberadaan infrastruktur penunjang. Tujuan utamanya adalah meningkatkan kesejahteraan petani dan produksi serta nilai tambah dan daya saing wilayah untuk keberlanjutan usaha tani. Pengembangan kawasan pertanian dimaksudkan untuk (1) meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan jasa penunjang; (2) menjamin keberlanjutan kegiatan praproduksi, proses produksi, pasca produksi dalam sistem agribisnis, dan (3) mengembangkan lapangan pekerjaan di pedesaan.

Korporasi petani adalah kelembagaan formal yang terbentuk dari kumpulan kapital yang dimiliki oleh petani dengan menjalankan fungsi-fungsi manajemen usaha yang berorientasi keuntungan berupa Badan Usaha Milik Petani (BUMP) yang berbentuk koperasi tani (koptan) atau Perseroan Terbatas (PT) yang sahamnya dimiliki oleh petani. Kementerian Pertanian (2018) menyatakan korporasi petani ini menempati kawasan pertanian tertentu. Kawasan pertanian

adalah gabungan dari sentra-sentra pertanian yang memenuhi batas minimal skala ekonomi pengusahaan dan efektivitas manajemen pembangunan wilayah secara berkelanjutan serta terkait secara fungsional dalam hal potensi sumber daya alam, kondisi sosial budaya, faktor produksi dan keberadaan infrastruktur penunjang.

Korporasi petani ini dapat menjadi faktor penarik generasi muda untuk beraktivitas pada agribisnis. Regenerasi petani diperlukan mengingat jumlah pelaku pertanian yang semakin menurun dan kurangnya minat generasi muda pada pertanian (Anwarudin, 2021). Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Anwarudin, dkk. (2020b) bahwa melalui korporasi petani, generasi muda menjadi tertarik karena beberapa hal. Pertama, korporasi petani membuka peluang tersedianya lahan yang layak secara ekonomi. Persyaratan dasar wilayah untuk korporasi petani adalah lahan satu hamparan dengan luas minimal 50 ha dan terdapat dalam satu jaringan irigasi tersier (Nuryanti, 2020). Hal ini penting karena sebagian besar petani muda masih mengandalkan lahan pertanian orang tuanya yang mayoritas sempit. Kedua, pada tahapan pelaksanaannya, korporasi petani memerlukan spesialisasi kemampuan. Faktor ini dapat mendorong pelaku brain gain yaitu menarik generasi muda terdidik kembali ke desa untuk menekuni pertanian. Setiap tahun perguruan tinggi tertentu menghasilkan lulusan dengan latar belakang pendidikan pertanian. Mereka memiliki kemampuan sesuai bidang pendidikannya. Dengan adanya korporasi petani, mereka dapat terlibat dan mengisi posisi sesuai kebutuhan dan spesialisasi keahliannya. Ketiga, korporasi petani menggunakan alat-mesin pertanian dalam proses pelaksanaannya. Penggunaan alat mesin pertanian dapat menarik minat generasi muda untuk terlibat di sektor pertanian karena dapat menghilangkan kesan kotor, kumuh, dan berlumpur (Anwarudin, dkk., 2020a). Keempat, korporasi petani dibentuk untuk menjadi kelembagaan petani yang profesional dan modern. Generasi muda lebih tertarik dengan kelembagaan pertanian yang maju sehingga dapat meningkatkan posisi tawar melalui sistem tunda jual melalui penyimpanan produk dan menciptakan nilai tambah.

Pengembangan kawasan pertanian berbasis korporasi petani dilaksanakan melalui beberapa tahapan. Pertama, identifikasi potensi dan permasalahan wilayah untuk pembangunan kawasan pertanian sesuai dengan Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW), masterplan serta rencana aksi (action plan) pengembangan kawasan pertanian. Selanjutnya dilakukan konsolidasi penyusunan rencana kerja dalam Rencana Definitif Kelompok (RDK) dan Rencana Definitif Kebutuhan Kelompok (RDKK). Pengorganisasian kelembagaan petani perlu dilakukan dalam suatu kelembagaan ekonomi petani

berbadan hukum. Prasarana dan sarana produksi perlu penataan sesuai dengan kebutuhan dan rencana pengembangan. Langkah berikutnya adalah penataan rantai pasok komoditas berdasarkan arah pengembangan usaha. Tahapan ini dilakukan secara parallel dengan pelaksanaan pembinaan, pelatihan, bimbingan teknis dan manajemen, penyuluhan serta pendampingan usaha.

### 3.3 Kelembagaan Pertanian Pemerintah

Kelembagaan pertanian pemerintah dimiliki oleh negara baik pada tingkat nasional, kabupaten atau kota, kecamatan dan desa dapat berbentuk kelembagaan pendidikan, pelatihan, penyuluhan, penelitian dan permodalan. Kelembagaan pemerintah adalah kelembagaan pembinaan SDM pertanian dan kelembagaan inovasi serta diseminasi teknologi spesifik lokasi. Kelembagaan pendidikan pertanian telah tersebar di penjuru tanah air melalui Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) jurusan pertanian dan Perguruan Tinggi dengan jurusan lingkup pertanian dengan berbagai program studi. Tujuan pendidikan dalam lingkup pertanian adalah menghasilkan lulusan yang mampu menerapkan, mengembangkan dan menciptakan ilmu pengetahuan dan teknologi (iptek) di bidang pertanian. Kelembagaan Pendidikan juga dapat menjadi agribisnis incubator center sebagai wadah bagi peserta didik menjadi pelaku wirausaha pertanian yang tangguh dan mandiri, karena di dalam belajar berbisnis dibimbing oleh tenaga ahli, pakar dan praktisi pertanian.

Lembaga pelatihan saat ini mudah ditemui. Kementerian pertanian sendiri melalui Badan Penyuluhan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Pertanian memiliki setidaknya sembilan balai pelatihan pertanian. Belum lagi balai pelatihan yang dimiliki oleh Pemerintah Daerah. Pelatihan-pelatihan pertanian di balai-balai tersebut diselenggarakan secara periodik. Peranan kelembagaan pelatihan pertanian yaitu mengembangkan pengetahuan, keterampilan dan sikap melalui pembelajaran kelas maupun di luar kelas kepada pelaku utama dan pelaku usaha pertanian dengan tujuan untuk menghilangkan kesenjangan atau perbedaan antara kemampuan saat ini dengan kemampuan standar atau yang seharusnya. Proses pelaksanaannya dengan mempelajari dan mempraktikkan dengan mengikuti standar acuan tertentu atau prosedur sehingga menjadi kebiasaan yang pada hasilnya nanti terlihat adanya perubahan, perbaikan cara-cara berusaha tani yang semakin baik dan maju.

Kelembagaan penyuluhan pertanian terstruktur dari tingkat pusat sampai kecamatan bahkan desa. Kelembagaan penyuluhan di tingkat pusat dikomandoi oleh Kementerian Pertanian dengan pelaksananya adalah Badan Penyuluhan dan Pengembangan SDM Pertanian. Kelembagaan penyuluhan di tingkat kecamatan disebut Balai Penyuluhan. Balai Penyuluhan berfungsi sebagai tempat pertemuan para penyuluh, pelaku utama dan pelaku usaha. Kelembagaan penyuluhan di tingkat kecamatan mempunyai tugas: (1) menyusun program/perencanaan penyuluhan, (2) melaksanakan penyuluhan, (3) menyediakan dan menyebarkan informasi teknologi, sarana produksi, pembiayaan dan pasar; (4) memfasilitasi pengembangan kelembagaan dan kemitraan pelaku utama dan pelaku usaha; (5) memfasilitasi peningkatan kapasitas penyuluh PNS, penyuluh swadaya dan penyuluh swasta melalui proses pembelajaran secara berkelanjutan; dan (6) melaksanakan proses pembelajaran melalui percontohan dan pengembangan model usaha tani bagi pelaku utama dan pelaku usaha.

### 3.4 Kelembagaan Pertanian Swasta

Kelembagaan pertanian swasta banyak bergerak pada bidang pengadaan sarana produksi, pengangkutan, pemasaran, pengolahan hasil dan jasa keuangan. Kelembagaan pertanian swasta merupakan pelaku usaha mulai dari hulu sampai hilir. Kelembagaan pertanian swasta di hulu adalah mereka yang menyediakan sarana produksi seperti bibit, pupuk, mesin pertanian, dan industri obat-obatan (pestisida). Secara rinci mereka bertugas dalam pengadaan sarana dan penyaluran sarana produksi pertanian antara lain terdiri dari benih, bibit, makanan ternak/tumbuhan, pupuk, obat pemberantas hama dan penyakit, lembaga kredit, bahan bakar, alat-alat mesin, dan peralatan produksi pertanian. Pelaku-pelaku kegiatan pengadaan dan penyaluran sarana produksi tersebut dapat merupakan perusahaan swasta. Sehubungan dengan pentingnya subsistem ini maka perlu adanya keterpaduan sehingga agribisnis berjalan lancar.

Sebagian besar petani tidak langsung menjual barang mereka kepada konsumen. Di antara produsen dan konsumen terdapat saluran distribusi, yaitu sekumpulan perantara pemasaran yang melakukan berbagai fungsi dan menyandang berbagai nama. Beberapa perantara tersebut adalah tengkulak, pengumpul dan pedagang baik kecil maupun besar.

Kelembagaan pertanian swasta yang bergerak pada industri hilir sangat beragam. Mereka dapat merupakan industri yang mengolah hasil pertanian, mengolah bahan setengah jadi menjadi barang jadi, mengolah bahan mentah menjadi bahan baku, dan mengolah bahan pakan ternak. Contoh industri yang termasuk industri hilir adalah industri pangan yang memproduksi susu, minyak goreng, margarin, terigu, dan lain-lain.

Modal merupakan penggerak pokok bagi pengembangan usaha. Kelembagaan penunjang berupa jasa keuangan dan permodalan memiliki peran strategis. Beberapa kelembagaan tersebut adalah bank dan koperasi. Salah satu yang sedang digulirkan dan dipromosikan saat ini adalah Kredit Usaha Rakyat (KUR). KUR disalurkan melalui Bank-bank besar yang tersebar sampai pelosok tanah air yaitu Bank Mandiri, BRI dan BNI.





# **Bab 4**

## **Teori Produksi Pertanian**

### **4.1 Pendahuluan**

Kegiatan produksi dilakukan untuk menghasilkan sejumlah produk (output) berupa barang atau jasa dengan mengoptimalkan faktor-faktor produksi (input) demi memenuhi kebutuhan hidup manusia. Teori produksi dalam pertanian mengikuti konsep-konsep dalam teori produksi yang berlaku, yang membedakannya adalah menggunakan karakteristik input dan teknik produksi yang dipakai dalam sistem produksi pertanian. Dalam bab ini akan dijelaskan pengertian produksi pertanian dan hubungan antara tingkat produksi dengan input dan outputnya (fungsi produksi).

### **4.2 Pengertian Produksi Pertanian**

Pertanian merupakan salah satu sektor andalan bagi perekonomian Indonesia karena bertujuan selain sebagai penyedia pangan, tetapi sebagai penyerap tenaga kerja dan besarnya jumlah penduduk yang bergantung pada sektor pertanian. Sebagai penyedia pangan dan memenuhi kebutuhan industri dalam negeri, meningkatkan ekspor, meningkatkan pendapatan petani dan memperluas

kesempatan kerja, pembangunan pertanian diarahkan untuk meningkatkan produksi pertaniannya.

Produksi adalah penggunaan faktor-faktor produksi untuk menghasilkan produk barang dan jasa. Produksi juga diartikan sebagai kegiatan untuk menambah nilai guna dengan mengubah input menjadi output. Tujuan produksi antara lain untuk menghasilkan barang atau jasa, meningkatkan nilai guna barang atau jasa, meningkatkan kemakmuran masyarakat, meningkatkan keuntungan, meningkatkan lapangan kerja dan menjaga kesinambungan usaha (Kurniawan, 2020). Dikaitkan dengan pertanian, maka produksi pertanian dapat diartikan sebagai kegiatan mengubah input pertanian menjadi output pertanian yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan manusia.

Faktor-faktor produksi atau yang disebut dengan input adalah alat atau sarana yang digunakan agar kegiatan produksi dapat berjalan dengan lancar. Faktor-faktor produksi antara lain modal, tenaga kerja, skill atau keahlian dan tanah. Modal juga dinamakan alat-alat produksi yang dihasilkan oleh faktor produksi alam dan tenaga kerja seperti mesin, peralatan, bangunan dan lain-lain. Balas jasa atas penggunaan faktor produksi modal adalah bunga (interest). Faktor produksi *skill* adalah keahlian dalam mengelola faktor-faktor produksi baik tanah, modal, dan tenaga kerja agar optimal dalam menghasilkan barang dan jasa. Balas jasa kepada orang yang memiliki keahlian adalah laba (profit).

Faktor produksi tenaga kerja adalah setiap usaha yang dilakukan oleh manusia baik jasmani dan rohani dan atau kemampuan fisik ternak dan mesin yang digunakan untuk melakukan kegiatan produksi. Jenis tenaga kerja dalam kegiatan pertanian antara lain tenaga kerja manusia (tenaga kerja pria dan wanita, tenaga kerja dalam keluarga dan dari luar keluarga), ternak dan mesin (contohnya: mesin *hand tractor*, mesin pengolah panen). Balas jasa penggunaan tenaga kerja manusia adalah upah/gaji. Tanah (land) adalah segala sesuatu yang dapat dimanfaatkan oleh manusia berasal dari atau disediakan oleh alam. Lahan pertanian dapat dibedakan dengan tanah pertanian. Jika lahan pertanian adalah tanah yang belum dipersiapkan untuk usahatani, maka tanah pertanian adalah tanah yang belum tentu diusahakan untuk usaha pertanian. Status kepemilikan tanah pertanian bermacam-macam seperti: tanah milik, tanah sewa, tanah sakin, tanah pinjaman dan tanah negara yang dikelola masyarakat. Balas jasa atas penggunaan faktor produksi tanah adalah sewa (Karmini, 2018).

## 4.3 Teori Produksi Pertanian

Karakteristik produk pertanian berbeda dibandingkan dengan produk non pertanian, antara lain beragam (variability), cepat rusak (perishable), bervolume besar (voluminous), dan mengambil ruang besar (bulky) dan karakteristik produksinya tergantung kepada alam, bersifat musiman, dan membutuhkan banyak tenaga kerja, sehingga hal ini menjadi asumsi dasar bagaimana seharusnya produsen mampu mengombinasikan berbagai macam faktor produksi untuk menghasilkan sejumlah produk seefisien mungkin agar mencapai keuntungan maksimum.

Dalam teori produksi pertanian, konsep-konsep yang digunakan adalah konsep dalam teori produksi yang berlaku. Konsep-konsep produksi diantaranya adalah produk total, produk marginal dan produk rata-rata. Berikut ini adalah penjelasan dari masing-masing konsep dalam teori produksi (Damayanti, 2020).

### 4.3.1 Produk Total (PT)

Produk total adalah jumlah total yang diproduksi selama periode waktu tertentu sebagai akibat dari penggunaan berbagai macam input tertentu dalam proses produksi. Kurva produk total adalah yang menunjukkan hubungan antara tingkat output dengan satu input variabel sedangkan input lainnya adalah tetap. Kurva produk total dinotasikan dengan fungsi sebagai berikut:

$$PT = f(X)$$

Di mana:

PT = produk total

X = input variabel

Jika terdapat satu macam input variabel yang digunakan contohnya yaitu tenaga kerja (L), maka dapat ditulis:

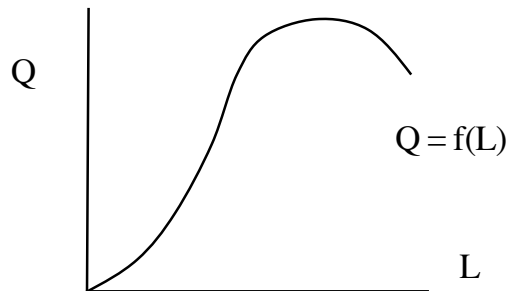
$$Q = f(L)$$

Di mana:

Q = tingkat output

L = jumlah tenaga kerja yang digunakan

Sehingga dari hasil di atas dapat diGambar 4.kan kurva produksi sebagai berikut:



**Gambar 4.1:** Kurva Produksi Total dengan Satu Input Variabel

#### 4.3.2 Produk Rata-rata (PR)

Produk rata-rata adalah jumlah produk total dibagi dengan input variabel yang digunakan dalam proses produksi. Produksi rata-rata dinotasikan sebagai berikut:

$$PR = \frac{PT}{X}$$

Di mana:

PR = produk rata-rata

PT = produk total

X = input variabel

Jika terdapat satu macam input variabel yang digunakan contohnya yaitu tenaga kerja (L), maka dinotasikan:

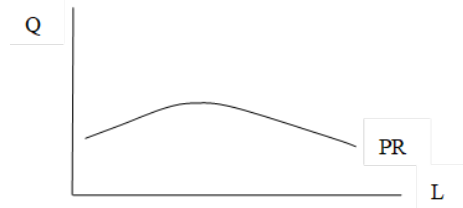
$$PR = \frac{Q}{L}$$

Di mana:

PR = produk rata-rata

Q = output

X = jumlah tenaga kerja yang digunakan



**Gambar 4.2:** Kurva Produk Rata-rata

### 4.3.3 Produk Marginal (PM)

Produk marginal adalah perubahan output sebagai akibat dari perubahan input tertentu, di mana faktor lain dianggap tetap. Dinotasikan sebagai berikut:

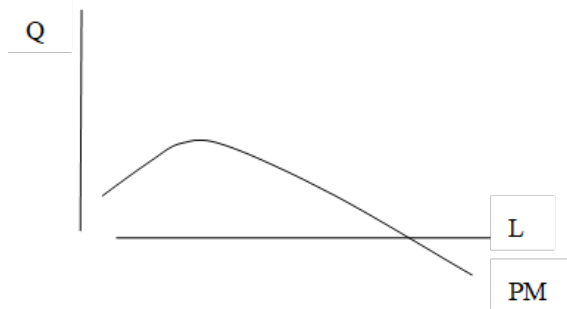
$$PM = \frac{\Delta Q}{\Delta L}$$

Di mana:

PM = produk marginal

$\Delta Q$  = perubahan output

$\Delta L$  = perubahan input



**Gambar 4.3:** Kurva Produk Marginal

Proses produksi adalah kegiatan perbaikan yang terus-menerus dimulai dari sejak munculnya ide untuk menghasilkan suatu produk, pengembangan produk, proses produksi sampai distribusi kepada konsumen (Gasperz, 2004). Terdapat tiga aspek proses produksi yaitu banyaknya jumlah barang atau jasa yang dihasilkan, bentuk barang atau jasa yang diciptakan dan distribusi temporal dan spasial dari barang atau jasa yang dihasilkan (Hasanah, 2019).

Terdapat proses produksi yang terjadi dalam kurun waktu tertentu terbagi menjadi dua yaitu (Damayanti, 2020):

1. Produksi dalam jangka pendek  
Jangka pendek merupakan kurun waktu yang terjadi ketika salah satu atau lebih faktor produksi yang tidak bisa diubah atau tetap (input tetap). Input tetap yaitu yang dalam jangka pendek ini tidak dipengaruhi oleh besar kecilnya output yang dihasilkan. Input tetap ini umumnya adalah modal seperti: mesin, gedung, lahan, dan lainnya, sedangkan tenaga kerja bersifat variabel karena penggunaannya berubah sesuai dengan banyaknya hasil produksi.
2. Produksi dalam jangka panjang  
Jangka panjang suatu proses produksi tidak dapat diperkirakan akan berjalan selama 10 tahun atau bahkan sampai 50 tahun, sehingga dalam kurun waktu tersebut semua faktor produksi yang digunakan bersifat variabel atau tidak ada faktor produksi tetap.

## 4.4 Fungsi Produksi

Fungsi produksi adalah hubungan antara jumlah penggunaan input dan output yang dihasilkan, yang mana hubungan ini menunjukkan output sebagai fungsi dari input. Menurut Soekartawi (2003), fungsi produksi adalah hubungan fisik antara variabel yang dijelaskan (Y) dengan variabel yang menjelaskan (X). Variabel yang dijelaskan dalam hal ini adalah jumlah produksi (output) dan variabel yang menjelaskan adalah faktor-faktor produksi yang digunakan (input).

Dalam pembahasan ekonomi produksi, fungsi produksi dianggap penting karena:

1. Dengan fungsi produksi, maka seorang produsen dapat mengetahui hubungan antara faktor-faktor produksi (input) dan hasil produksi (output) secara langsung dan hubungan tersebut dapat lebih mudah dimengerti;
2. Dengan fungsi produksi, maka produsen dapat mengetahui hubungan antara variabel yang dijelaskan (dependen variable/variabel terikat) atau disebut Y dengan variabel yang menjelaskan (independent

variable/variabel bebas) atau  $X$ , serta sekaligus dapat mengetahui hubungan antar variabel penjas.

Fungsi produksi di Gambar 4. kan dalam persamaan sebagai berikut:

$$Q = f(X_1, X_2, \dots, X_i)$$

Di mana:

$Q$  = output atau jumlah hasil produksi pada periode tertentu

$X_i$  = input yang digunakan dalam proses produksi

$i = 1, 2, 3, \dots, n$

#### 4.4.1 Fungsi Produksi Jangka Pendek

Fungsi produksi jangka pendek menunjukkan kurun waktu di mana salah satu faktor produksi atau lebih bersifat tetap. Dalam jangka pendek, seorang produsen dapat mengubah salah satu input ( $X_i$ ) yang digunakan dalam poses produksinya, tetapi tidak bisa mengubah input lainnya ( $X_n$ ). Jadi  $X_i$  adalah input tetap sedangkan  $X_n$  adalah input variabel (Candora, 2013), sehingga dinotasikan:

$$Q = f(X_1, X_2, \dots, X_n, X_n)$$

di mana:

$Q$  = output

$X_1, X_2, \dots, X_n$  = input variabel

$X_n$  = input tetap

Output dapat diubah dalam jangka pendek dengan melakukan penyesuaian terhadap input variabel, tetapi ukuran usaha adalah tetap jangka pendek. Perubahan tingkat output dalam jangka pendek, akan merubah biaya baik biaya tetap maupun biaya variabel.

Pada jangka pendek, produsen akan menentukan banyaknya input variabel dilakukan dan akan memperhitungkan seberapa besar dampak penambahan input variabel terhadap produk total. Dalam jangka pendek, akan berlaku *the law of diminishing returns*, yang mana apabila produsen menambah faktor produksi variabel secara terus-menerus, produk total akan bertambah tetapi dengan tambahan produksi yang semakin kecil dan pada jumlah tertentu akan mencapai maksimum dan kemudian mengalami penurunan. Secara matematis produk total (PT) akan maksimum jika turunan pertama dari fungsi nilainya adalah nol. Turunan pertama PT adalah produk marginal (PM), maka PT maksimum pada

saat PM sama dengan nol. Sementara itu, produk rata-rata (PR) akan maksimum pada saat PR sama dengan PM dan PM akan memotong PR pada saat PR maksimum.

PT

$$PM = TP'$$

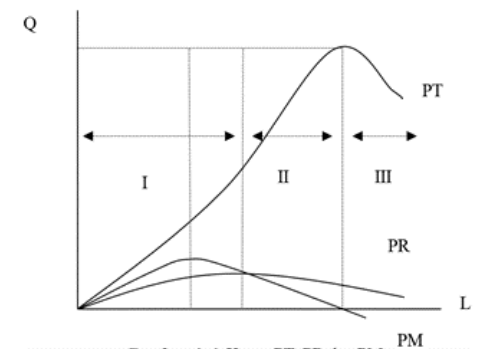
$$PM = \frac{dTP}{dL}$$

$$PR = \frac{Q}{L}$$

$$PT \text{ maksimum} = PM = 0$$

$$PR \text{ maksimum saat } PR = PM$$

berikut ini hubungan antara PT, PR dan PM di Gambar .kan sebagai berikut:



**Gambar 4.4:** Kurva PT, PR dan PM

Berdasarkan Gambar 4. 4. dapat diketahui bahwa terdapat tiga tahapan dalam fungsi produksi di atas yaitu:

Tahapan I : menunjukkan penambahan input dalam hal ini tenaga kerja masih sedikit, sehingga bila ditambahkan akan meningkatkan produk total (PT), produk rata-rata (PR), dan produk marginal (PM).

Tahapan II : pada tahap ini, produk total akan terus meningkat sampai produksi mencapai maksimal sedangkan produk rata-rata (PR) akan menurun dan produk marginal (PM) menurun sampai ke titik nol.

Tahapan III: menunjukkan penambahan input akan menurunkan produk total (PT), menurunkan produk rata-rata (PR) dan produk marginal (PM) menjadi negatif



#### 4.4.2 Fungsi Produksi Jangka Panjang

Waktu produksi jangka panjang akan membuat semua input menjadi input variabel, sehingga untuk merubah output membutuhkan waktu yang lama. Fungsi produksi jangka panjang dinotasikan:

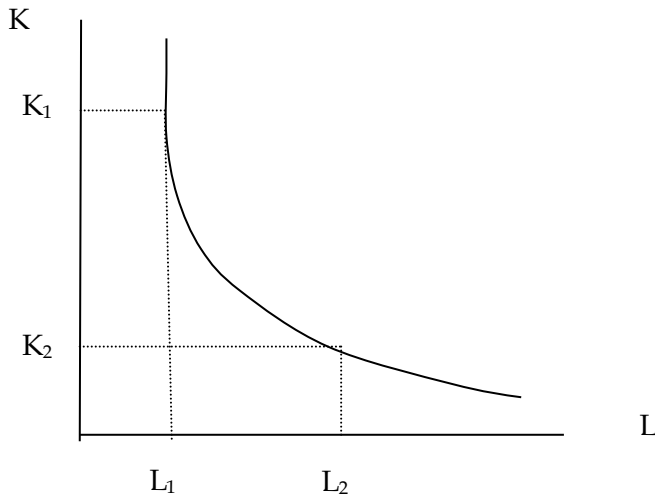
$$Q = f(X_1, X_2, \dots, X_n)$$

Di mana:

$Q$  = output;

$X_1, X_2, \dots, X_n$  = input variabel

Dalam produksi jangka panjang, perubahan output dilakukan dengan cara mengubah faktor produksi dalam tingkat kombinasi yang seoptimal mungkin (Sudarman, 2004). Untuk menjelaskan fungsi produksi jangka panjang, maka diperlukan kurva isoproduk atau isoquant di mana kurva ini adalah titik-titik yang menunjukkan kombinasi dua faktor produksi yang sama. Berikut ini disajikan kurva isoproduk (Sukirno, 2013).



**Gambar 4.5:** Kurva isoproduk dari input K dan L

Keterangan:

K = Modal

L = Jumlah tenaga kerja

Berdasarkan Gambar 4.5 dapat diketahui ciri-ciri dari kurva isoquant sebagai berikut (Goenadhi dan Nobaiti, 2017):

1. Berbentuk cembung ke arah titik origin
2. Menurun dari kiri atas ke kanan bawah
3. Kurva isoquant yang terletak di kanan atas menunjukkan jumlah produksi yang lebih banyak
4. Antara kurva yang satu dengan yang lainnya tidak saling berpotongan
5. Slope kurva isoquant dapat negatif dan positif

## **Bab 5**

# **Biaya Produksi Pertanian**

### **5.1 Pendahuluan**

Dalam melaksanakan kegiatan usahatani, setiap orang maupun setiap petani akan selalu berusaha untuk menghasilkan panen dengan produksi yang meningkat. Jika hasil panen berupa padi maka petani ingin agar hasil panen tersebut juga dapat untuk memenuhi kebutuhan hidup seluruh keluarganya sampai dengan panen musim selanjutnya. Tentunya kebahagiaan akan menyelimuti mereka saat pemanenan tersebut cukup besar sehingga tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan keluarga tetapi juga dapat dijual dan hasilnya diperuntukan untuk kebutuhan sehari-hari dari keluarga si petani maupun dipakai untuk modal kegiatan usahatani selanjutnya. Ketika hasil pertanian berupa komoditi perkebunan, tidak lain tujuannya kembali adalah bagaimana hasil pertanian tersebut dapat ditingkatkan sehingga dapat menunjang kehidupan keluarganya menjadi lebih baik (Hanafie, 2010).

Dari perilaku tersebut maka dapat dilihat bahwa setiap petani pasti melakukan perhitungan ekonomi maupun keuangan dalam melaksanakan kegiatan usahatani, hanya saja tidak setiap petani melakukan pencatatan. Dalam ilmu ekonomi, secara tidak langsung, seorang petani telah melakukan perbandingan antara hasil yang diharapkan untuk diterima dengan pengorbanan yang dikeluarkan oleh petani selama melakukan kegiatan usahatani. Hasil yang diperoleh oleh petani pada saat panen disebut dengan “produksi” sedangkan

biaya yang dikeluarkan disebut dengan “biaya produksi”. Agar kegiatan usahatani dapat efisien maka harus dilakukan perhitungan yang tepat.

## 5.2 Biaya dalam Kegiatan Usahatani

Biaya produksi merupakan biaya - biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi ataupun semua beban yang ditanggung oleh produsen untuk menghasilkan suatu barang atau jasa dengan kata lain semua biaya yang disebabkan karena adanya proses produksi (Hakim, 2018).

Biaya usahatani merupakan nilai dari semua masukan ekonomis yang diperlukan, yang dapat diperkirakan dalam bentuk benda maupun jasa selama proses produksi berlangsung. Biaya dalam kegiatan usahatani dapat digolongkan menjadi:

1. Biaya tetap dan biaya variabel
2. Biaya yang dibayarkan dan biaya yang tidak dibayarkan
3. Biaya langsung dan biaya tidak langsung.
4. Biaya total dan biaya rata-rata
5. Biaya marginal

### 5.2.1 Biaya Tetap dan Biaya Variabel

Biaya tetap adalah biaya yang dalam waktu pendek tidak dipengaruhi oleh besarnya kegiatan produksi. Biaya tetap ini meliputi sewa tanah, pajak, penyusutan alat, bunga pinjaman dan lainnya. Bahkan bila untuk sementara produksi dihentikan, biaya tetap ini harus tetap dikeluarkan dalam jumlah yang sama. Sedangkan biaya variabel adalah biaya yang sifatnya berubah sesuai dengan besaran produksi yang dihasilkan. Sebagai contohnya adalah biaya bibit, pupuk, makanan ternak, pembelian saprodi lainnya. Semakin besar jumlah output semakin besar juga biaya variabel yang harus dikeluarkan.

#### **Total Fixed Cost (TFC)/ Total Biaya Tetap**

Merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan ataupun petani yang tidak mempengaruhi hasil output ataupun jumlah produksi. Berapapun besarnya jumlah output yang dihasilkan akan tetap mengeluarkan biaya yang sama. Jika digambarkan menggunakan grafik maka dapat dilihat pada gambar 5.1 berikut:

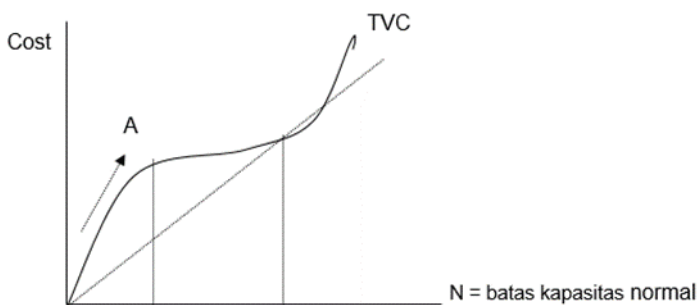


**Gambar 5.1:** Grafik Total Biaya Tetap (Total Fixed Cost)

Berdasarkan grafik terlihat bahwa total biaya tetap yang ditunjukkan oleh garis lurus. Sehingga diartikan bahwa biaya yang dikeluarkan akan tetap sama besarnya walaupun dalam jumlah output ataupun produksi pertanian yang berbeda dalam waktu pendek.

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

Total biaya variabel adalah biaya yang dikeluarkan sesuai dengan besaran jumlah output yang dihasilkan. Semakin meningkat jumlah output yang ingin dihasilkan maka biaya variabel yang dibutuhkan relatif meningkat. Grafik total biaya variabel dapat dilihat pada gambar berikut:



**Gambar 5.2:** Grafik Total Biaya Variabel (Total Variable Cost)

### **5.2.2 Biaya Yang dibayarkan dan Tidak dibayarkan**

Dalam usahatani keluarga ada biaya yang dibayarkan disamping itu ada biaya yang tidak dibayarkan yang sebenarnya juga terhitung sebagai biaya. Biaya yang dibayarkan merupakan biaya langsung yang benar-benar dikeluarkan oleh petani dalam kegiatan usahatannya (Yogi & Ratnaningtyas, 2020). Biaya yang

dibayarkan ini meliputi biaya tenaga kerja luar keluarga, pajak, pembelian input produksi pertanian seperti bibit, pupuk, obat-obatan maupun makanan ternak.

Biaya yang tidak dibayarkan adalah biaya yang tidak dikeluarkan oleh petani tetapi tetap dihitung sebagai biaya. Biaya ini terdiri dari biaya pemakaian tenaga kerja dalam keluarga, biaya bunga modal, penyusutan (depresiasi) modal. Penyusutan yang dimaksud adalah bagian dari biaya yang harus dihitung untuk memperoleh pendapatan bersih dalam usahatani. Biaya tenaga kerja dalam kegiatan usahatani terdiri dari biaya tenaga kerja dalam keluarga (TKDK) dan tenaga kerja luar keluarga (TKLK). Umumnya kegiatan usahatani rakyat lebih menggunakan TKDK. Sedangkan penggunaan TKLK hanya diperuntukan untuk kegiatan yang bersifat mendesak dan berat seperti dalam pengolahan hasil ataupun kegiatan panen. TKDK ini terdiri dari bapak tani, ibu tani dan anak-anak petani yang dalam usia menuju dewasa. Dalam perhitungan biaya produksi pertanian, tidak hanya TKLK yang dimasukkan kedalam perhitungan tetapi juga TKDK yang digunakan.

Besarnya jumlah keluarga petani yang dewasa akan menentukan besarnya jumlah tenaga kerja yang tersedia dalam keluarga. Karena pemakaian TKDK ini sangat dominan dalam kegiatan usahatani, besarnya tenaga kerja yang tersedia erat kaitannya dengan besarnya usahatani. Semakin bertambah besarnya TKDK maka bertambah besar pula usahatannya. TKDK merupakan sumbangan keluarga terhadap produksi pertanian yang diusahakan, karena itu tidak dinilai dengan uang dan jarang sekali dibayar. Perhitungan biasanya hanya pada usahatani yang bersifat komersil.

### 5.2.3 Biaya Langsung dan Biaya Tidak Langsung

Dalam usahatani juga dikenal dengan biaya langsung dan biaya tidak langsung. Biaya langsung yang dimaksudkan adalah biaya yang langsung digunakan dalam kegiatan proses produksi. Biaya ini terdiri dari biaya pembelian pupuk bibit, obat-obatan, tenaga kerja luar keluarga (TKLK) serta makanan ternak. Sedangkan yang termasuk biaya tidak langsung adalah biaya yang tidak langsung digunakan dalam proses produksi seperti biaya penyusutan modal, biaya makan tenaga kerja dalam keluarga, biaya sewa lahan sendiri.

### 5.2.4 Biaya Total dan Biaya Rata-Rata

Biaya total (Total Cost) merupakan biaya penjumlahan dari total biaya tetap dan total biaya variabel. Makin banyak biaya total yang dikeluarkan maka makin

besar juga biaya produksi yang dihasilkan. Biaya total diperlukan untuk menentukan besarnya pendapatan dan keuntungan usahatani. Formulasi dalam mencari biaya total adalah:

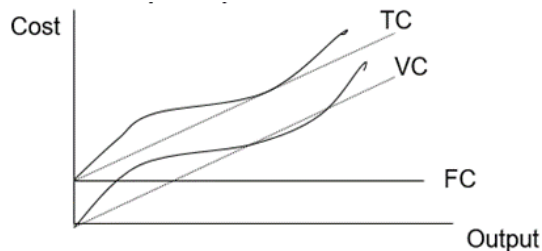
$$TC = FC + VC$$

Keterangan:

TC = Total Cost

FC = Fixed Cost

VC = Variable Cost



**Gambar 5.3:** Grafik Total Biaya (Total Cost)

Berdasarkan grafik diatas, dapat dilihat bahwa setiap kenaikan biaya variabel akan menentukan kenaikan total biaya. Sedangkan biaya tetap akan selalu sama setiap satuan produksi. Biaya total didapatkan dari penjumlahan biaya variabel dan biaya tetap. Biaya total biaya rata-rata (Average Total Cost) adalah jumlah biaya tetap rata-rata ditambah dengan biaya variabel rata-rata atau biaya total dibagi dengan jumlah produksi yang dihasilkan. Biaya total rata-rata ini sering disebut juga dengan biaya per unit produksi.

### Average Fixed Cost

Average Fixed Cost (AFC) merupakan biaya tetap rata-rata. Untuk mencari biaya rata-rata untuk biaya tetap dapat dilihat pada rumus berikut:

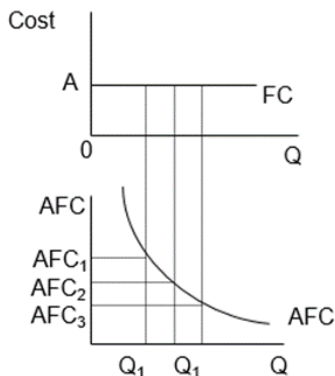
$$AFC = FC/Q$$

Keterangan:

AFC = Average Fixed Cost

FC = Fixed Cost

Q = Quantity



**Gambar 5.4:** Rata-rata biaya tetap (Average Fixed Cost)

### Average Variabel Cost

Average Variabel Cost (AVC) atau biaya variabel rata-rata merupakan biaya variabel untuk setiap satuan output yang dihasilkan. Formulasi untuk mencari AVC adalah:

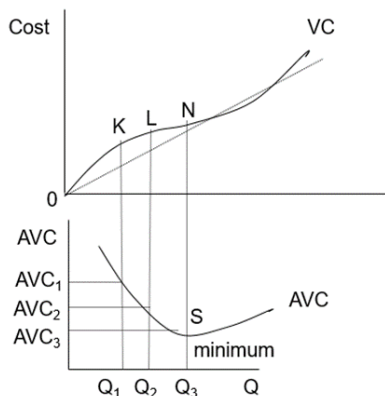
$$AVC = VC/Q$$

Keterangan:

AVC = Average Variable Cost

VC = Variabel Cost

Q = Quantity



**Gambar 5.5:** Rata-rata biaya variabel (Average Variable Cost)



S adalah shut down point / titik gulung tikar perusahaan dikarenakan AVC semakin besar. Sisi miring OK, OL dan seterusnya terlihat semakin kecil dan kurva AVC meluncur ke bawah tetapi menurunnya nilai AVC ini terus berlangsung seterusnya, ada batasannya yaitu ketika sisi miring dengan tingkat output 0Q3 satuan. Di tingkat output tersebut AVC mencapai titik terendah dengan nilai OAVC3. Kemudian output digenjot lebih tinggi lagi dari 0Q3, maka nilai AVC lebih besar lagi menjadi naik.

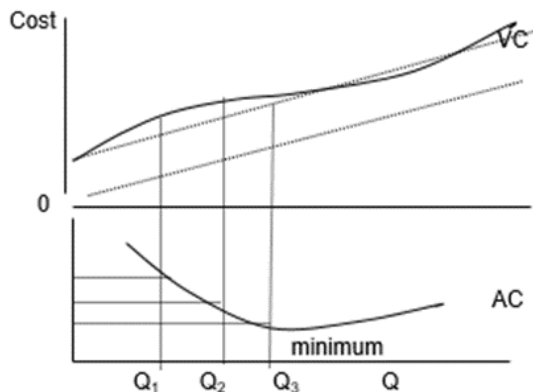
### Average Total Cost

Average Total Cost (AC) merupakan biaya persatuan output yang dapat diformulasikan dengan:

$$AC = AFC + AVC$$

Keterangan:

- AC = Average Cost
- AFC = Average Fixed Cost
- AVC = Average Variabel Cost



**Gambar 5.6:** Rata-rata biaya total (Average Total Cost)

Berdasarkan grafik diatas dilihat bahwa tingkat output yang dihasilkan pada saat AC minimum / 0Q3 satuan disebut dengan tingkat output minimal atau the optimum rate of output.

### 5.2.5 Biaya Marginal

Biaya marginal (Marginal Cost) merupakan tambahan biaya yang diperlukan untuk kenaikan satu satuan produk. Misalnya berapa biaya pupuk yang diperlukan untuk menaikkan produksi padi sebanyak satu ton.

### 5.2.6 Penerimaan, Pendapatan dan Keuntungan

Setelah dilakukannya perhitungan terhadap biaya produksi apa saja yang perlu dikeluarkan dalam usahatani, maka diperlukannya penentuan penerimaan dan keuntungan agar dapat diketahui usahatani efisien untuk dilakukan. Penerimaan usahatani merupakan jumlah uang yang diterima dari penjualan hasil usahatani. Jika dirumuskan maka penerimaan didapatkan dari jumlah hasil produksi dikalikan harga komoditi yang dipasarkan.

$$TR = P \times Q$$

Keterangan:

TR = Total Revenue (Penerimaan)

P = Price (Harga)

Q = Quantity (Jumlah produksi)

Pendapatan sebagai suatu penghasilan yang diterima karena adanya aktivitas, usaha dan pekerjaan. Pendapatan tentunya sangat berpengaruh pada kelangsungan dan kualitas hidup seseorang. Pendapatan dalam usahatani didapatkan dari jumlah uang yang tersisa setelah penerimaan dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan Sedangkan dalam mencari keuntungan didapatkan dari nilai total produk dikurangi dengan biaya total termasuk biaya tenaga kerja dalam keluarga maupun biaya penyusutan.

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan:

$\Pi$  = Pendapatan

TR = Total Revenue (Penerimaan)

TC = Total Cost (Total Biaya)

Q = Quantity (Jumlah produksi)

## 5.3 Penelitian Biaya Produksi Pertanian

Pada dasarnya perhitungan biaya produksi kegiatan usahatani adalah sama baik terdiri dari biaya tetap maupun biaya variabel. Namun perhitungan biaya produksi tentunya bergantung pada komoditi usahatani yang dilakukan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Hakim, 2018) mengenai pengaruh biaya produksi terhadap pendapatan petani mandiri kelapa sawit menyatakan bahwa biaya produksi yang digunakan diantaranya biaya bibit, biaya pupuk, biaya pemberantasan gulma. Sedangkan pendapatan yang dimaksud adalah pendapatan petani mandiri kelapa sawit yang didapatkan dari selisih antara penerimaan (hasil panen dikali dengan harga kelapa sawit per kg) dengan total biaya variabel, pengukuran dalam satuan rupiah/ton selama setahun.

Penelitian mengenai biaya dan pendapatan usahatani wortel di Kabupaten Karanganyar yang dilakukan oleh (Sundari, 2011) menggunakan biaya produksi pertanian diantaranya lahan, tenaga kerja baik tenaga kerja keluarga dan tenaga kerja luar keluarga, pupuk kandang, pupuk urea, pupuk Za, pupuk SP 36, pupuk KCL, pestisida, benih, pupuk daun, poska dan kapur pertanian. Usahatani wortel yang dilakukan dipengaruhi oleh topografi, struktur tanah, jenis dan varietas komoditi yang diusahakan, teknik budidaya serta tingkat teknologi yang digunakan. Selain biaya diatas, biaya lain yang benar-benar dikeluarkan oleh petani wortel meliputi biaya pemakaian tenaga kerja luar keluarga, pembelian pupuk, benih, pestisida, kapur pertanian, biaya pembayaran irigasi, biaya selamatan, pembayaran pajak dan biaya pengangkutan hasil panen. Biaya produksi yang paling besar dikeluarkan adalah biaya tenaga kerja luar keluarga karena anggota keluarga yang aktif dalam kegiatan usahatani sedikit yang rata-rata berjumlah 3 orang.

Setelah itu dilakukan perhitungan terhadap penerimaan, pendapatan dan efisiensi usahatani wortel. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa dari besarnya penerimaan biaya yang dikeluarkan petani dapat dihitung besarnya R/C ratio yang menunjukkan efisiensi usahatani wortel sebesar 2,75. Hal ini berarti bahwa setiap satu rupiah biaya yang dikeluarkan akan menghasilkan penerimaan sebesar 2,75 rupiah. Nilai R/C rasio yang lebih besar daripada satu ini memberikan informasi bahwa kegiatan usahatani wortel di Karanganyar sudah efisien.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh (Cecilia, Wiyono, Saidah, & Pardian, 2021) mengenai struktur biaya produksi usahatani paprika dengan

teknik pengairan irigasi tetes. Biaya yang digunakan meliputi biaya tetap dan biaya variabel. Dalam kegiatan produksi biaya yang dikeluarkan meliputi biaya selama proses penanaman, biaya pemeliharaan, biaya dalam kegiatan pengemasan, biaya pengangkutan hasil panen yang termasuk juga di dalamnya biaya bahan bakar bensin yang digunakan. Selanjutnya biaya investasi yang dikeluarkan ataupun tergolong kedalam biaya tetap diantaranya biaya bangunan screen house, instalasi irigasi tetes dan biaya alat-alat penunjang produksi. Selain itu biaya tetap yang dikeluarkan adalah biaya sewa lahan, gaji tenaga kerja, THR dan bonus serta biaya penyusutan. Untuk biaya variabel yang dikeluarkan diantaranya biaya benih paprika merah, benih paprika kuning, media tanam, polybag semai, polybag slab, biaya nutrisi, biaya pestisida, formalin, solar, listrik, dan biaya bensin. Selain itu juga termasuk biaya pengiriman, dus packing, plastik curah dan plastik wrapping. Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya produksi yang dikeluarkan dalam usahatani paprika dengan teknik pengairan drip irrigation system memiliki nilai Net B/C sebesar 2,66 yang artinya usahatani paprika dengan sistem teknologi ini menguntungkan dijalankan.

# Bab 6

## Permintaan dan Penawaran

### 6.1 Permintaan

#### 6.1.1 Teori Permintaan

Pada prinsipnya, teori permintaan menjelaskan mengenai sifat hubungan antara jumlah permintaan suatu barang dengan harga barang tersebut. Dalam praktiknya, permintaan masyarakat terhadap suatu barang atau jasa dipengaruhi oleh beberapa faktor, di antaranya adalah:

1. Harga barang itu sendiri

Harga suatu barang atau jasa akan memengaruhi permintaan barang atau jasa tersebut. Jika harga barang tersebut naik, maka permintaan akan barang tersebut akan mengalami penurunan. Sebaliknya, jika harga barang tersebut turun, maka permintaan akan barang tersebut akan mengalami kenaikan. Misalnya, permintaan beras akan mengalami penurunan jika harga beras naik. Sebaliknya, permintaan akan beras dapat meningkat jika harga beras turun.

2. Selera

Perubahan selera konsumen atas suatu barang atau jasa, akan memengaruhi jumlah permintaan atas barang atau jasa tersebut. Jika

suatu barang atau jasa sedang digemari oleh masyarakat, maka permintaan barang atau jasa tersebut juga akan meningkat. Begitu juga sebaliknya, jika barang tersebut tidak lagi disukai maka permintaan konsumen terhadap barang tersebut akan menurun.

3. Pendapatan

Jika pendapatan masyarakat bertambah, maka akan terjadi perubahan pola permintaan di pasar. Misalnya, jika terjadi kenaikan gaji karyawan baik itu karyawan negeri maupun karyawan swasta, maka akan meningkatkan pendapatan karyawan tersebut. Hal tersebut akan memengaruhi pola konsumsi mereka, dan akan mengakibatkan perubahan permintaan terhadap beberapa komoditi pada tingkat harga tertentu atas barang-barang kebutuhan pokok, pendidikan, dan lain sebagainya.

4. Jumlah penduduk

Pertambahan penduduk merupakan salah satu faktor yang dominan memengaruhi perubahan permintaan dan penawaran. Setiap manusia yang lahir pasti akan membutuhkan perawatan, makanan, pakaian, tempat tinggal, dan pendidikan sebagaimana layaknya manusia. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin banyak jumlah penduduk maka permintaan atas suatu barang atau jasa juga akan semakin meningkat.

5. Harapan atau ekspektasi

Konsumen memiliki harapan atau ekspektasi berupa perkiraan yang ia tetapkan terhadap pendapatan yang ia terima di kemudian hari. Jika ia memperkirakan bahwa pendapatannya akan mengalami peningkatan, maka jumlah permintaan terhadap barang atau jasa juga akan cenderung meningkat. Sebaliknya, jika ia memperkirakan bahwa tingkat pendapatannya akan menurun, maka jumlah permintaannya juga akan cenderung menurun.

6. Harga barang lain yang berhubungan

Peningkatan harga barang substitusi akan menyebabkan meningkatnya permintaan suatu barang tertentu, begitu juga sebaliknya jika harga barang substitusi menurun, maka permintaan barang tersebut juga akan menurun. Misalnya, meningkatnya harga gula lokal akan menyebabkan tingginya permintaan gula impor. Kenaikan harga gula

lokal tersebut akan menurunkan jumlah permintaan gula tersebut, sehingga akan meningkatkan jumlah permintaan gula impor. Sebaliknya, peningkatan harga barang komplementer, menyebabkan permintaan suatu barang akan menurun. Misalnya, kenaikan harga margarine akan menyebabkan penurunan permintaan roti.

Berdasarkan keterangan di atas, maka fungsi permintaan seorang konsumen terhadap suatu barang dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Q_{dx} = f(P_x, Y, P_y, T, u)$$

Di mana:	$Q_{dx}$	= Jumlah barang yang diminta
	$P_x$	= Harga barang x
	$Y$	= Pendapatan perkapita/konsumen
	$P_y$	= Harga barang lain
	$T$	= Selera
	$u$	= Faktor-faktor lainnya

Persamaan tersebut di atas menjelaskan bahwa tingkat permintaan barang X ( $Q_{dx}$ ) dipengaruhi oleh harga barang X ( $P_x$ ), pendapatan konsumen ( $Y$ ), harga barang lain ( $P_y$ ), tingkat selera konsumen ( $T$ ) dan faktor-faktor lainnya ( $u$ ).

### 6.1.2 Hukum Permintaan

Hukum permintaan pada hakikatnya merupakan suatu hipotesis yang berbunyi “jika harga suatu barang turun, maka permintaan akan barang tersebut akan meningkat, sebaliknya jika harga suatu barang naik, maka permintaan akan barang tersebut akan menurun”. Dalam penjelasan sederhananya dapat dinyatakan bahwa pada harga tinggi, barang yang diminta akan lebih sedikit dibandingkan pada saat harga rendah, di mana hal-hal lain dianggap sama (*ceteris paribus*). Sebaliknya, pada saat harga rendah, barang yang diminta akan lebih banyak dibandingkan pada saat harga tinggi, di mana hal-hal lain dianggap sama (*ceteris paribus*).

Dengan demikian dapat diketahui bahwa terdapat hubungan yang berlawanan arah (negatif) antara permintaan suatu barang dengan harga barang tersebut. Hal ini disebabkan ketika harga suatu barang naik, maka konsumen cenderung akan

mencari barang lain sebagai pengganti barang tersebut yang harganya tidak mengalami kenaikan juga (Nuraini, 2016).

Terdapat suatu kondisi di mana hukum permintaan tidak berlaku, misalnya kenaikan harga suatu barang justru akan meningkatkan permintaan akan barang tersebut. Terdapat tiga kelompok barang, di mana hukum permintaan tidak berlaku, diantaranya (R & Hiola, 2017):

1. Barang yang bersifat memiliki unsur spekulasi, seperti emas, saham, tanah di perkotaan. Barang-barang tersebut dapat menyebabkan penambahan jumlah pembelian disaat harganya naik, hal ini dikarenakan adanya unsur spekulasi terhadap barang-barang tersebut, di mana orang mengharapkan harganya terus naik sehingga dapat memperoleh keuntungan.
2. Barang Prestise, merupakan barang yang bersifat mampu menambah prestise seseorang yang memilikinya. Barang tersebut pada umumnya sangat mahal, jika harganya naik maka akan menyebabkan kenaikan permintaan terhadap barang tersebut. Seperti, barang antik, lukisan dan lain-lain.
3. Barang giffen, jika harga barang giffen turun akan menyebabkan permintaan terhadap barang tersebut juga akan menurun, begitu juga sebaliknya. Contoh barang giffen adalah makanan pokok berkualitas rendah seperti singkong dan sebagainya.

### 6.1.3. Kurva Permintaan

Cara lain dalam menggambarkan hubungan antara harga barang dengan jumlah barang yang diminta yaitu melalui grafik atau sering disebut dengan kurva permintaan. Contoh dalam permintaan beras yang memperlihatkan bagaimana hubungan permintaan beras dengan harga beras.

Dari contoh permintaan beras di atas, dapat dijelaskan bahwa semakin turun harga beras, maka jumlah beras yang diminta semakin bertambah. Pada harga Rp 12.000,- hanya 20 kg yang diminta, sedangkan pada harga Rp 4.000,- maka permintaan beras meningkat menjadi 60 kg. Perlu diingat bahwa dalam contoh tersebut faktor-faktor lainnya dianggap tetap atau *ceteris paribus*. Berdasarkan contoh, dapat dikatakan hubungan antara harga dan jumlah barang yang diminta adalah berlawanan arah atau berhubungan negatif.

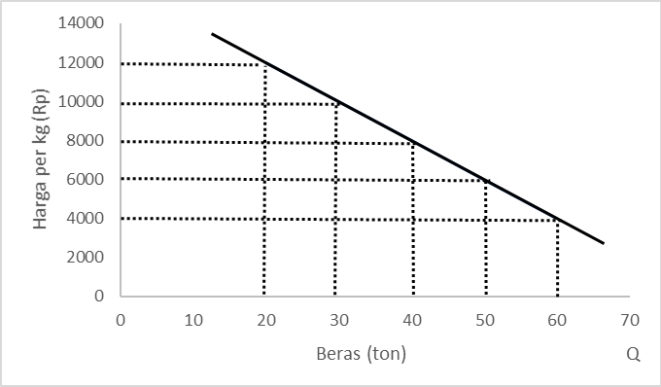


**Tabel 6.1:** Permintaan beras

Keadaan	Harga / kg	Jumlah (kg)
A	Rp 12.000	20
B	Rp 10.000	30
C	Rp 8.000	40
D	Rp 6.000	50
E	Rp 4.000	60

Berdasarkan data tabel 6.1 di atas, dapat digambarkan bentuk kurva permintaan sebagai berikut:

P



**Gambar 6.1:** Kurva Permintaan Beras

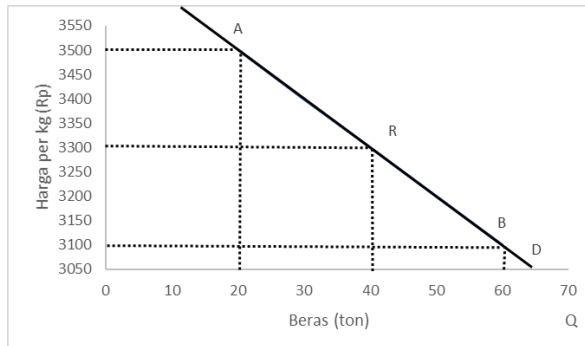
6.1.4 Pergeseran Dan Pergerakan Kurva Permintaan

Perubahan kurva permintaan dapat dibedakan menjadi dua pengertian, yaitu pergerakan sepanjang kurva permintaan (move), dan pergeseran kurva permintaan (shift). Hal tersebut disebabkan oleh perubahan harga ataupun perubahan selain faktor harga.

1. Gerakan sepanjang kurva permintaan

Pergerakan sepanjang kurva permintaan yaitu bertambah atau berkurangnya suatu permintaan, hal ini terjadi jika terdapat perubahan harga barang yang diminta tersebut. Contoh pergerakan sepanjang kurva dapat dilihat melalui gambar berikut:

P

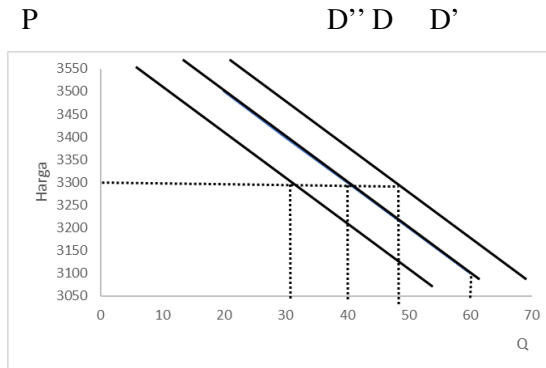


**Gambar 6.2:** Gerakan Sepanjang Kurva Permintaan

Gambar 6.2 di atas merupakan gerakan sepanjang kurva permintaan beras. Harga beras awalnya berada di titik R yaitu Rp 3.300 dengan jumlah beras yang diminta sebanyak 40 kg, ketika harga beras naik menjadi Rp 3.500 / kg, maka permintaan beras akan turun menjadi 20 kg (ditunjukkan oleh titik A). Namun, jika harga beras turun menjadi Rp 3.100 / kg maka permintaan akan meningkat menjadi 60 kg (ditunjukkan oleh titik B). Dari ilustrasi di atas dapat diketahui bahwa terjadi pergerakan di dalam kurva permintaan, yaitu ketika terjadi kenaikan harga maka titik R akan bergerak ke titik A dan jika terjadi penurunan harga, maka titik R akan bergerak ke titik B.

## 2. Pergeseran kurva permintaan

Pergeseran kurva permintaan disebabkan oleh perubahan faktor-faktor di luar harga barang itu sendiri. Seperti perubahan pendapatan, selera, jumlah penduduk. Pergeseran kurva permintaan ke kanan menunjukkan terjadinya penambahan permintaan, sebaliknya pergeseran kurva permintaan ke kiri menunjukkan permintaan yang berkurang. Pergeseran kurva permintaan dapat dilihat pada gambar berikut:



**Gambar 6.3:** Pergeseran Kurva Permintaan

Gambar di atas menunjukkan terjadinya pergeseran kurva permintaan baik ke arah kanan (ditunjukkan oleh titik  $D'$ ) maupun ke arah kiri (ditunjukkan oleh titik  $D''$ ). Misalnya jika terjadi peningkatan pendapatan masyarakat, maka terjadi peningkatan jumlah barang yang diminta. Hal ini menyebabkan kurva bergeser ke arah kanan atau ke arah kurva  $D'$ . Namun sebaliknya, kurva akan bergeser ke kiri atau ke kurva  $D''$  jika terjadi penurunan pendapatan masyarakat yang menyebabkan turunnya daya beli masyarakat.

## 6.2 Penawaran

### 6.2.1 Teori Penawaran

Teori penawaran menjelaskan bagaimana sifat para penjual dalam menawarkan komoditas yang akan dijual. Pada berbagai tingkat harga, perilaku penjual dalam menawarkan barangnya dipengaruhi oleh beberapa faktor.

Secara umum faktor-faktor tersebut ialah:

1. Harga barang itu sendiri
2. Harga barang lain (yang sejenis)
3. Biaya produksi
4. Teknologi
5. Keadaan alam
6. Pajak

dalam teori penawaran, jumlah suatu barang tidak hanya ditentukan oleh harga barang itu sendiri, namun juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, maka fungsi penawaran dapat ditulis sebagai berikut:

$$Q_{sx} = f(P_x, P_y, P_f, M, N, T)$$

Di mana:  $Q_{sx}$  = Jumlah penawaran yang ditawarkan

$P_x$  = Harga barang x

$P_y$  = Harga barang-barang lain

$M$  = Teknologi

$N$  = Keadaan alam

$T$  = Pajak

Dari persamaan di atas akan dapat menunjukkan hubungan antara satu variabel terkait yaitu jumlah barang yang ditawarkan dengan berbagai macam variabel bebas.

### 6.2.2. Hukum Penawaran

Hukum penawaran pada dasarnya sama dengan permintaan, di mana menjelaskan sifat hubungan antara harga barang dengan jumlah yang ditawarkan. Hukum penawaran berbunyi “jika harga suatu barang turun, maka jumlah barang yang ditawarkan akan berkurang, begitu juga sebaliknya jika harga barang meningkat, maka jumlah barang yang ditawarkan akan bertambah” (dengan asumsi ceteris paribus atau hal-hal lain dianggap tetap). Dari penjelasan tersebut dapat kita ketahui bahwa hubungan antara harga barang dengan jumlah barang yang ditawarkan berbanding lurus.

### 6.2.3. Kurva Penawaran

Cara lain dalam menggambarkan hubungan antara harga barang dengan jumlah barang yang ditawarkan adalah melalui kurva penawaran. Contoh dalam penawaran beras yang dapat dilihat dalam tabel 6.2 berikut:

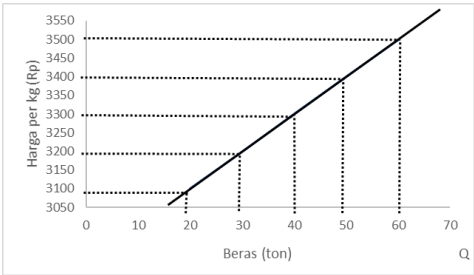
**Tabel 6.2:** Penawaran beras

Situasi	Harga/kg	Jumlah (kg)
A	Rp 3.500	60
B	Rp 3.400	50

C	Rp 3.300	40
D	Rp 3.200	30
E	Rp 3.100	20

Tabel 6.2 menunjukkan bahwa jika harga beras turun, maka jumlah beras yang ditawarkan akan berkurang. Sebaliknya, jika harga beras naik, maka jumlah beras yang ditawarkan akan bertambah. Sehingga dapat dikatakan bahwa sifat hubungan antara harga beras dengan jumlah beras yang ditawarkan yaitu searah. Selanjutnya dapat dilihat dalam bentuk grafik seperti gambar berikut:

P



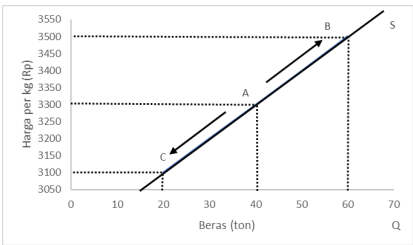
Gambar 6.4: Kurva Penawaran Beras

6.2.4. Pergerakan Dan Pergeseran Kurva Penawaran

1. Pergerakan kurva penawaran

Seperti kurva permintaan, perubahan kurva penawaran juga dibedakan menjadi, pergerakan sepanjang kurva dan juga pergeseran kurva penawaran. Perubahan jumlah barang yang ditawarkan terjadi ketika harga barang berubah. Hal tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:

P



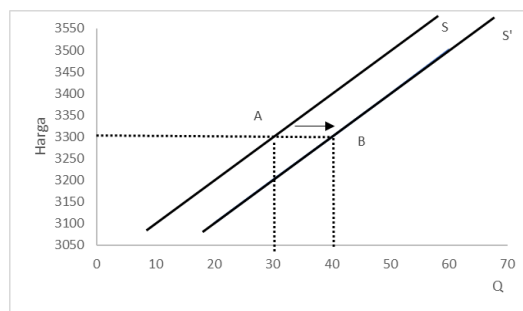
Gambar 6.5: Pergerakan Kurva Penawaran

Gambar di atas merupakan pergerakan kurva penawaran, di mana perpindahan titik A ke titik B atau dari titik A ke titik C merupakan pergerakan sepanjang kurva penawaran. Titik A menunjukkan harga beras Rp 3.300,- dengan jumlah beras yang ditawarkan sebanyak 40 kg. Jika harga beras naik menjadi Rp 3.500,- maka jumlah beras yang ditawarkan bertambah menjadi 60 kg (titik A berpindah ke titik B sepanjang kurva S). Sebaliknya, jika harga beras turun menjadi Rp 3.100,- maka jumlah beras yang ditawarkan berkurang dari 40 kg menjadi 20 kg (titik A berpindah ke titik C sepanjang kurva S). Dari ilustrasi di atas dapat disimpulkan bahwa perubahan harga barang merupakan faktor yang menyebabkan perubahan jumlah barang yang ditawarkan.

## 2. Pergeseran kurva penawaran

jika pergerakan kurva penawaran terjadi disebabkan oleh perubahan harga, sedangkan pergeseran kurva penawaran disebabkan oleh perubahan faktor-faktor di luar harga barang itu sendiri sehingga jumlah barang yang ditawarkan juga berubah. Dapat dilihat dalam gambar berikut ini:

P



**Gambar 6.6:** Pergeseran Kurva Penawaran

Gambar di atas menunjukkan pergeseran kurva penawaran, di mana titik A berpindah ke titik B. Perpindahan tersebut menunjukkan adanya pertambahan dalam jumlah barang yang ditawarkan dari 30 menjadi 40. Pertambahan jumlah barang yang ditawarkan bukan karena

perubahan harga barang itu sendiri (harga barang tetap Rp 3.300), faktor yang dapat memengaruhi bisa dari perubahan kondisi alam, teknologi, faktor produksi. Misalnya, jika terjadi perubahan kondisi alam yang menyebabkan terhambatnya produksi padi, maka petani tidak bersemangat untuk melakukan produksi pada usaha taninya yang pada akhirnya akan menurunkan jumlah produksi atau menurunkan penawaran.

## 6.3 Karakteristik Permintaan dan Penawaran Produk Pertanian

Produk pertanian memiliki sifat yang berbeda dari produk industri. Perbedaan tersebut membuat produk pertanian perlu memiliki perlakuan khusus agar dapat diproduksi dengan baik. Terdapat beberapa karakteristik permintaan dan penawaran produk pertanian, beberapa karakteristik tersebut di antaranya (R & Hiola, 2017):

### 6.3.1 Produksi yang diperoleh dari Usaha Kecil

Petani melakukan usaha tani pada umumnya dilakukan dalam jumlah yang kecil, sehingga produk yang dihasilkan atau diproduksi juga dalam bentuk yang sedikit. Misalnya petani padi, mereka tidak akan mampu memengaruhi atau mengendalikan permintaan beras, karena mereka memiliki keterbatasan dalam berkomunikasi dengan petani lain di luar daerahnya, kesulitan dalam hal penyimpanan, atau terbatasnya pengetahuan petani akan hal tersebut. Namun, hal yang berbeda terjadi dengan perusahaan - perusahaan industri, mereka telah memiliki kemampuan dan pengetahuan dalam menganalisis situasi pasar, kemampuan dalam melakukan penyimpanan barang, dan kemampuan lainnya yang tidak dimiliki oleh petani sehingga mereka akan dapat mengendalikan produksinya jika permintaan menurun.

### 6.3.2. Produksi Bersifat Musiman

Produk pertanian pada umumnya bersifat musiman, sehingga hasil produksinya akan diperoleh pada waktu-waktu tertentu sesuai dengan umur tanaman yang di usahakan. Misalnya, ketika permintaan beras terlalu tinggi karena habisnya

persediaan beras masyarakat yang menyebabkan harga beras menjadi tinggi, kita tidak bisa memaksakan tanaman padi untuk berbuah dalam waktu satu bulan saja. Sifat produksi inilah yang sering menimbulkan kesulitan bagi petani dalam proses pengimbangan. Selain itu juga terdapat kesulitan dalam hal penyimpanan dan pengangkutan saat panen produk pertanian, pada saat ini biaya-biaya penyimpanan dan pengangkutan akan meningkat, terdapat biaya menyewa gudang, atau untuk ongkos pengangkutan hasil produksi.

### 6.3.3 Produksi Terpencar

Lokasi produksi pertanian tidak terpusat dalam satu lokasi saja, tapi terpencar di berbagai lokasi. Hal ini disebabkan keadaan tanah dan iklim yang berbeda-beda sesuai dengan jenis tanaman yang akan ditanam, sehingga petani memilih lokasi hanya memperhatikan keadaan tanah dan iklim saja tanpa memperhitungkan apakah lokasi tersebut dekat atau jauh dari kota atau pasar. Petani tidak dapat dipaksakan untuk memproduksi di tempat yang mudah dijangkau konsumen atau pedagang pengumpul. Oleh karena lokasi yang terpencar tersebut maka dapat dilihat bagaimana kesulitan dalam proses pengumpulan produk agar menjadi suatu jumlah yang besar.

### 6.3.4 Produk Hasil-Hasil Pertanian Bersifat Berat, Mengambil Banyak Tempat, dan Mudah Rusak

Hasil produksi produk pertanian pada umumnya memiliki timbangan berat dan membutuhkan banyak tempat. Artinya nilai per satuan berat dan per satuan volume adalah lebih kecil dibandingkan dengan barang-barang industri. Misalnya sebungkus rokok dengan berat beberapa gram jika dinilai dalam rupiah kira-kira akan sama dengan 1-2 kilogram singkong, selain itu dalam hal pengangkutan dan penyimpanan juga akan terjadi perbedaan penanganan antara dua produk tersebut. Tentu akan terjadi perbedaan nilai dalam mengangkut 1 ton singkong dengan 1 ton rokok pada tarif dan jarak yang sama. Hasil produk pertanian yang mudah rusak dan cepat busuk juga akan memengaruhi, karena akan memerlukan perawatan dan penyimpanan yang lebih baik dan pengangkutan yang memerlukan tambahan pengamanan atau pengangkutan yang cepat ke tempat konsumen.



# **Bab 7**

## **Pemasaran Komoditas Pertanian**

### **7.1 Pendahuluan**

Komoditas pertanian memiliki karakteristik seperti musiman, perishable, mudah rusak, bulky, dan harga fluktuatif. Untuk memecahkan masalah tersebut, salah satunya adalah melalui ekonomika pertanian. Ekonomika pertanian atau ilmu ekonomi pertanian memegang peranan penting dalam dunia pertanian dan telah memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi baik di negara-negara maju maupun negara-negara berkembang. Ekonomi Pertanian merupakan suatu penerapan ilmu sosial yang berhubungan dengan produsen, konsumen, dan masyarakat yang menggunakan sumber daya alam dalam produksi, pengolahan, pemasaran dan konsumsi produk pangan dan serat (food and fiber product).

Pembangunan pertanian dalam pelaksanaannya harus memperhatikan beberapa faktor esensial antara lain tersedianya pasar, dalam artian bahwa dalam pengembangan suatu komoditas, sejak awal perlu memperhatikan permintaan pasar, baik mengenai persyaratan kualitas maupun harganya. Pemahaman akan isyarat pasar yang pertama-tama harus dicermati adalah isyarat untuk memenuhi permintaan pasar ekspor. Namun apabila permintaan di dalam negeri cukup

menjanjikan, maka sebagian dari produksi dapat diarahkan untuk pasar dalam negeri atau lokal.

Jika dibandingkan dengan pemasaran hasil-hasil lain (hasil industri, hasil tambang), maka pemasaran hasil pertanian menunjukkan sifat-sifat khusus. Sifat-sifat khusus itu terletak pada kekhususan dari hasil pertanian, konsumen hasil pertanian dan usaha pertanian. Sifat-sifat khusus tersebut telah menyebabkan biaya pemasaran dan hasil-hasil pertanian pada umumnya lebih tinggi daripada biaya pemasaran barang-barang nonpertanian. Karena sifatnya yang khusus mekanisme pemasarannya menjadi sangat unik dan dapat dikategorikan dalam tiga kategori aktivitas yaitu: a) pengumpulan hasil; b) persiapan untuk kepentingan konsumen; c) distribusi. (Haryanto, dkk; 2009).

## 7.2 Pemasaran

Pemasaran menurut Kottler (1997) adalah suatu proses dan managerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan yang bernilai dengan pihak lain. Aspek lain dari mekanisme produksi pertanian selain aspek permintaan dan penawaran adalah aspek pemasaran. Pemasaran atau marketing pada prinsipnya adalah aliran barang dari produsen ke konsumen. Aliran barang ini dapat terjadi karena adanya peranan lembaga pemasaran. Peranan lembaga pemasaran ini sangat tergantung dari sistem pasar yang berlaku dan karakteristik aliran barang yang dipasarkan. Oleh karena itu dikenal istilah “saluran pemasaran” atau marketing channel. Fungsi saluran pemasaran ini amat penting, khususnya dalam melihat tingkat harga di masing-masing lembaga pemasaran.

### 7.2.1 Pemasaran Komoditas Pertanian

Pemasaran komoditas pertanian merupakan kegiatan atau proses pengaliran komoditas pertanian dari produsen (petani, peternak dan nelayan) sampai ke konsumen dan pedagang perantara (tengkulak, pengepul, pedagang besar dan pengecer) berdasarkan pendekatan sistem pemasaran, kegunaan pemasaran dan fungsi-fungsi pemasaran.

Menurut Sudiyono (2002) pemasaran pertanian merupakan disiplin ilmu yang berdiri sendiri. Menurut Said dan Intan (2001) pemasaran pertanian merupakan

sejumlah kegiatan bisnis yang ditunjukkan untuk memberi kepuasan dari barang dan jasa yang dipertukarkan kepada konsumen atau pemakai dalam bidang pertanian, baik input atau produk pertanian.

Pemasaran komoditas pertanian menyangkut segala sesuatu yang terjadi antara pintu gerbang petani sampai ke konsumen termasuk pengolahan bahan makanan dalam konteks ekonomi.

$$EP = \frac{TB}{TNP} \times 100\%$$

Keterangan:

EP : Efisiensi Pemasaran

TB : Total Biaya

TNP : Total Nilai Produk

Setiap penambahan biaya pemasaran akan menyebabkan adanya pemasaran yang tidak efisien dan sebaliknya. Semakin kecil nilai produk yang dijual berarti terjadi adanya pemasaran yang tidak efisien. Ada beberapa faktor yang dapat dipakai sebagai ukuran efisiensi pemasaran, antara lain keuntungan pemasaran, harga yang diterima konsumen, tersedianya fasilitas fisik pemasaran dan kompetensi pasar (Soekartawi, 2002).

### 7.2.2 Pendekatan Sistem Pemasaran Komoditas Pertanian

Beberapa pendekatan dalam sistem pemasaran komoditas pertanian meliputi pendekatan serba barang, serba fungsi, serba lembaga dan serba manajemen.

1. Pendekatan Serba Barang yaitu pendekatan pemasaran yang melibatkan studi tentang bagaimana barang-barang tertentu berpindah dari titik produsen ke konsumen akhir atau industri.
2. Pendekatan Serba Fungsi yaitu penggolongan kegiatan atau fungsi-fungsinya, meliputi fungsi pertukaran, fungsi penyediaan dan fungsi penunjang.

3. Pendekatan Serba Lembaga yaitu mempelajari pemasaran komoditas pertanian dari segi organisasi / lembaga-lembaga yang terlibat dalam kegiatan pemasaran seperti produsen, pedagang besar, pengecer dan agen-agen penunjang.
4. Pendekatan Serba Manajemen yaitu mempelajari pemasaran komoditas pertanian dengan menitikberatkan pada pendapat manajer serta keputusan yang mereka ambil.

### 7.2.3 Kegunaan (Utility) Pemasaran Komoditas Pertanian

Pemasaran komoditas pertanian diawali dengan penyaluran sarana produksi pertanian, diteruskan dengan produk mentah pada tingkat pengusaha tani, dan mencapai puncak dengan produk akhir yang diinginkan pada tingkat konsumen. Pada proses tersebut terjadi perubahan menjadi produk yang diinginkan konsumen, yang sering disebut sebagai penambahan kegunaan (utility).

Kegunaan pemasaran komoditas pertanian terdiri dari:

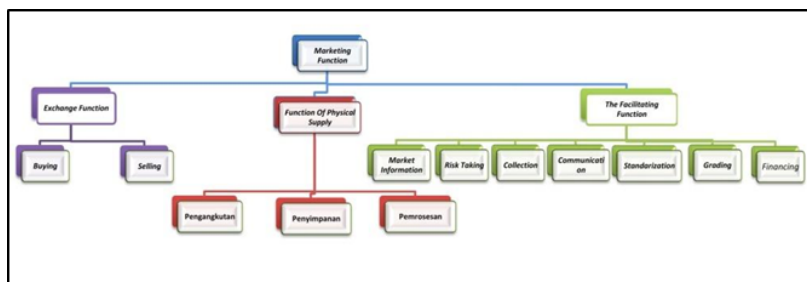
1. Kegunaan bentuk (form utility), yaitu industri berusaha mengubah suatu benda (bahan dasar) menjadi benda lain yang berbeda bentuknya sehingga menjadi lebih bermanfaat bagi manusia/masyarakat, misal ulat sutera menjadi kain sutera;
2. Kegunaan tempat (place utility), yaitu usaha yang bergerak dalam bidang transportasi atau pengangkutan, baik barang maupun angkutan manusia, misalnya sayur kubis yang kurang bermanfaat nilai nominalnya di desa dipindahkan ke kota yang lebih bermanfaat;
3. Kegunaan waktu (time utility), yaitu usaha yang bergerak dalam bidang penyimpanan, misalnya koperasi kedelai;
4. Kegunaan kepemilikan (possesing utility), yaitu usaha yang bergerak dalam bidang perdagangan atau pertokoan, seperti memindahkan barang-barang hasil olahan milik pabrik agroindustri menjadi milik masyarakat luas.

### 7.2.4 Fungsi Pemasaran Komoditas Pertanian

Ada sejumlah kegiatan pokok pemasaran yang perlu dilaksanakan untuk mencapai sasaran tersebut, yang dinyatakan sebagai fungsi-fungsi pemasaran

(marketing function). Ada tiga fungsi pemasaran, yaitu fungsi pertukaran (exchange function), fungsi fisis (function of physical supply), dan fungsi penyediaan sarana (the facilitating function) (Firdaus, 2010), (gambar 7.1.)

1. Fungsi pertukaran (exchange function) terdiri dari fungsi pembelian (buying) dan fungsi penjualan (selling);
2. Fungsi fisis (function of physical supply) terdiri dari pengangkutan, penyimpanan (pergudangan), pemrosesan;
3. Fungsi penyediaan sarana (the facilitating function) terdiri dari informasi pasar (market information), penanggungungan risiko (risk taking), pengumpulan (collection), komunikasi (communication), standarisasi (standarization), penyortiran (grading), pembayaran (financing)



**Gambar 7.1:** Fungsi Pemasaran (Nurlina, 2021)

## 7.3 Lembaga dan Saluran Pemasaran Komoditas Pertanian

### 7.3.1 Lembaga Pemasaran Komoditas Pertanian

Lembaga pemasaran merupakan badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan komoditas dari produsen kepada konsumen akhir, serta mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu lain. Lembaga pemasaran timbul karena adanya keinginan konsumen untuk memperoleh komoditas sesuai waktu, tempat dan bentuk yang diinginkan

konsumen. Tugas lembaga pemasaran adalah menjalankan fungsi-fungsi pemasaran serta memenuhi keinginan konsumen semaksimal mungkin, sedangkan konsumen memberikan balas jasa kepada lembaga pemasaran berupa margin pemasaran.

Margin pemasaran komoditas pertanian adalah selisih harga yang dibayarkan di tingkat pengecer (konsumen) dengan harga yang diterima oleh produsen (petani/peternak/nelayan). Komponen margin pemasaran terdiri dari biaya-biaya yang diperlukan lembaga pemasaran untuk melakukan fungsi-fungsi pemasaran yang disebut biaya pemasaran atau biaya fungsional dan keuntungan (profit) lembaga pemasaran. Margin pemasaran dalam pemasaran suatu produk pertanian di mana terdapat lembaga pemasaran yang melakukan fungsi pemasaran dapat dirumuskan sebagai berikut (Rahim dan Hastuti, 2007):

$$M = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n C_{ij} + \sum \pi_j$$

Keterangan:

M = margin pemasaran

$C_{ij}$  = biaya pemasaran untuk melaksanakan fungsi pemasaran ke-i oleh lembaga pemasaran ke-j

$\pi_j$  = keuntungan yang diperoleh lembaga pemasaran ke-j

m = jumlah jenis biaya pembayaran

n = jumlah lembaga pemasaran

Adapun lembaga-lembaga yang ikut ambil bagian dalam penyaluran barang adalah sebagai berikut:

1. Produsen: lembaga pemasaran yang menciptakan barang dan jasa dengan memanfaatkan sumber daya yang ada untuk memenuhi kebutuhan konsumen;
2. Perantara terdiri dari pedagang dan agen/distributor: pedagang adalah lembaga yang usahanya mempunyai hubungan yang erat dalam pemilikan barang di mana mereka berhak memiliki barang yang dipasarkan. Agen atau distributor adalah lembaga yang melaksanakan

- perdagangan dengan menyediakan jasa dan fungsi khusus tetapi mereka tidak mempunyai hak untuk memiliki barang yang dipasarkan;
3. Pedagang Besar (Wholesaler): lembaga yang membeli barang dan menjualnya kembali pada pengecer dan pedagang lain atau lembaga industri serta pemakai komersial;
  4. Pengecer (Retailer); pedagang yang kegiatan pokoknya melakukan penjualan langsung kepada konsumen akhir;
  5. Konsumen: lembaga yang melakukan pembelian terhadap produk yang telah dipasarkan oleh produsen dengan tidak menjual kembali produk yang sudah dibelinya.

Lembaga Pemasaran dapat dibedakan menjadi 3 bagian:

1. Lembaga yang tidak memiliki tapi menguasai benda, misalnya agen perantara, makelar (broker, selling broker, dan buying broker);
2. Lembaga yang memiliki dan menguasai komoditas pertanian yang diperjualbelikan, misal pedagang pengumpul, tengkulak, importir dan eksportir;
3. Lembaga pemasaran yang tidak memiliki dan tidak menguasai komoditas pertanian yang diperjualbelikan, misalnya perusahaan-perusahaan yang memiliki fasilitas-fasilitas transportasi, asuransi.

Lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran ini lebih lanjut dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Tengkulak, yaitu lembaga pemasaran yang langsung berhubungan dengan petani. Tengkulak ini melakukan transaksi dengan petani baik secara tunai, ijon maupun kontrak pembelian.
2. Pedagang besar, untuk meningkatkan efisiensi pelaksanaan fungsi-fungsi pemasaran, maka jumlah komoditi yang ada pada pedagang pengumpul ini harus dikonsentrasikan lagi oleh lembaga pemasaran yang disebut dengan pedagang besar. Pedagang besar ini selain melakukan proses konsentrasi (pengumpulan) komoditi dari pedagang-pedagang pengumpul, jika melakukan proses distribusi (penyebaran) ke agen penjualan maupun pengecer.

3. Agen penjualan produk pertanian yang belum ataupun sudah mengalami proses pengolahan di tingkat pedagang besar harus didistribusikan kepada agen penjualan atau pengecer. Agen penjualan ini biasanya membeli komoditi yang dimiliki pedagang dalam jumlah banyak dengan harga yang relatif murah dibandingkan pengecer.
4. Pengecer merupakan lembaga pemasaran yang berhadapan langsung dengan konsumen. Pengecer ini sebenarnya merupakan tombak dari suatu proses produksi yang bersifat komersial, artinya kelanjutan proses produksi yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran sangat tergantung dari aktivitas pengecer dalam menjual produk kepada konsumen.

### 7.3.2 Saluran Pemasaran Komoditas Pertanian

Saluran pemasaran disebut juga saluran distribusi. Saluran distribusi adalah sekelompok individu atau perusahaan yang mempunyai hak kepemilikan atas barang yang dipasarkan dan membantu dalam penyampaian hak kepemilikan barang atau jasa. Berdasarkan pengertian di atas dapat disebutkan bahwa mereka adalah pribadi-pribadi atau lembaga atau perusahaan yang melakukan kegiatan-kegiatan pemasaran yaitu menyalurkan barang dan jasa. Mereka ini yang dikenal dengan: a) pedagang perantara; b) agen perantara; dan c) lembaga pelayanan (Gitosudarno, 2000).

Saluran pemasaran dapat berbentuk secara sederhana dan dapat berbentuk rumit. Hal ini tergantung dari macam komoditi lembaga pemasaran dan sistem pasar. Sistem pasar monopoli mempunyai saluran pemasaran yang relatif sederhana dibandingkan sistem pasar yang lain. Komoditi pertanian yang lebih cepat jatuh ke tangan konsumen dan yang cenderung tidak mempunyai nilai ekonomi yang tinggi, biasanya mempunyai saluran pemasaran yang relatif sederhana (Soekartawi, 2002).

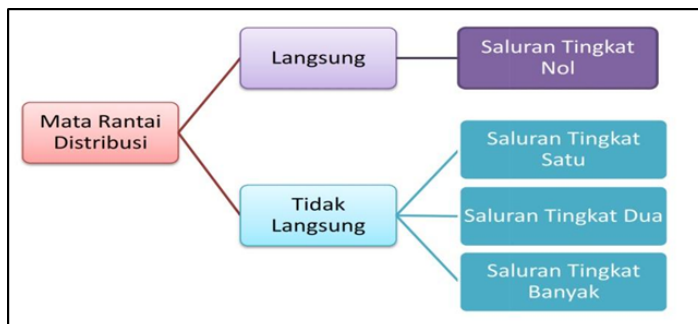
Dalam kegiatan penyaluran barang dan jasa akan melewati berbagai rangkaian mata rantai saluran distribusi. Mata rantai tersebut ada yang panjang ada yang pendek. Adapun tingkatan mata rantai saluran distribusi tersebut (gambar 7.2):

1. Saluran Distribusi Langsung yaitu penyaluran barang-barang atau jasa-jasa dari produsen ke konsumen dengan tidak melalui perantara



(penjualan di tempat produksi, penjualan di toko/gerai produsen, penjualan door to door, penjualan melalui surat)

2. Saluran Distribusi Tidak Langsung yaitu bentuk saluran distribusi yang menggunakan jasa perantara dan agen untuk menyalurkan barang atau jasa kepada konsumen. Perantara adalah mereka yang membeli dan menjual barang-barang tersebut dan memilikinya (bergerak di perdagangan besar pengecer). Agen adalah orang atau perusahaan yang membeli atau menjual untuk perdagangan besar (manufacture). Saluran Tidak langsung ini dibedakan menjadi 3 tingkatan, yaitu:
  - a. Saluran Tingkat Satu (One-level channel), saluran ini disebut saluran tingkat satu, karena hanya ada satu lembaga perantara. Lembaga perantara untuk barang konsumen pada umumnya adalah pengecer, sedangkan untuk barang industri lembaga perantaranya adalah agen penjual atau broker.
  - b. Saluran Tingkat Dua (Two-level channel), saluran ini disebut saluran tingkat dua karena ada dua lembaga perantara. Untuk barang konsumen pada umumnya lembaga perantaranya adalah pedagang besar dan pengecer, sedangkan untuk barang industri adalah distributor dan dealer.
  - c. Saluran Tingkat Banyak (Multi-level channel), disebut saluran yang bertingkat banyak karena banyak menggunakan perantara, biasanya diantara pedagang besar dan pengecer terdapat pedagang pengepul (Jobber) yang terstruktur, di mana setiap perantara membawahi beberapa perantara lain. Oleh karena itu saluran ini disebut multi-level channel atau sering disebut juga dengan multi-level marketing. Bentuk ini terutama cocok untuk memasarkan atau menyalurkan barang konsumsi dan bukan barang industri.



**Gambar 7.2:** Mata Rantai Distribusi Pemasaran Komoditas Pertanian  
(Nurlina, 2021)

Panjang pendeknya saluran pemasaran yang dilalui oleh suatu hasil komoditas tergantung pada beberapa faktor:

1. Jarak antara produsen dan konsumen, makin jauh biasanya makin panjang saluran yang ditempuh oleh produk;
2. Cepat tidaknya suatu produk rusak, produk yang mudah rusak menghendaki saluran yang pendek dan cepat;
3. Skala produksi
4. Posisi keuangan pengusaha, produsen yang posisi keuangannya kuat cenderung untuk memperpendek saluran pemasaran.

## 7.4 Efisiensi Pemasaran Komoditas Pertanian

Efisiensi pemasaran adalah nisbah antara total biaya dengan total nilai produk yang dipasarkan. Setiap ada penambahan biaya pemasaran memberikan arti bahwa hal tersebut menyebabkan adanya pemasaran yang tidak efisien. Begitu pula sebaliknya, semakin kecil nilai produk yang dijual berarti juga terjadi pemasaran yang tidak efisien. Beberapa faktor yang dapat dipakai sebagai ukuran efisiensi pemasaran yaitu: a) keuntungan pemasaran; b) harga yang diterima konsumen; c) tersedianya fasilitas fisik pemasaran; d) kompetisi pasar (Soekartawi, 1995).

Atau efisiensi adalah rasio yang mengukur keluaran suatu produksi suatu sistem atau proses untuk setiap unit masukan. Efisiensi ekonomi yaitu suatu titik pada fungsi produksi di mana profitnya maksimum.

Dari sudut marketing mix pemasaran dapat dilihat dari masing-masing elemen, yaitu:

1. Efisiensi produk merupakan usaha untuk menghasilkan suatu produk melalui penghematan harga serta penyederhanaan prosedur teknis produksi dalam usaha mencapai target produksi guna memperoleh keuntungan maksimum;
2. Efisiensi distribusi dinyatakan sebagai produk dari produsen menuju ke pasar melalui saluran distribusi yang pendek atau berusaha menghilangkan satu atau lebih mata rantai pemasaran yang panjang di mana distribusi produk berlangsung dengan tindakan penghematan biaya dan waktu;
3. Efisiensi harga yang menguntungkan pihak produsen dan konsumen diikuti dengan keuntungan yang layak diambil oleh setiap mata rantai pemasaran sehingga harga yang terjadi di tingkat petani tidak berbeda jauh dengan harga yang terjadi di konsumen;
4. Efisiensi promosi mencerminkan penghematan biaya dalam melaksanakan pemberitahuan di pasar sasaran mengenai produk yang tepat, meliputi penjualan perorangan atau massal dalam promosi penjualan.

Menurut Mubyarto (1986) efisiensi pemasaran untuk komoditas pertanian dalam suatu sistem pemasaran dianggap efisien apabila:

- a. Mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani produsen kepada konsumen kepada biaya semurah-murahnya;
- b. Mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen akhir kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan pemasaran. Adil dalam hal ini adalah pemberian balas jasa fungsi-fungsi pemasaran sesuai sumbangan masing-masing.

Efisiensi pemasaran dapat terjadi:

1. Biaya pemasaran dapat ditekan sehingga keuntungan pemasaran dapat lebih tinggi;
2. Persentase perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dan produsen tidak terlalu tinggi;
3. Tersedianya fasilitas fisik pemasaran;
4. Adanya kompetisi pasar yang sehat.

Tindakan yang perlu diketahui oleh produsen dan konsumen dalam melakukan efisiensi pemasaran adalah:

1. Struktur pasar yang terdiri dari ukuran (besar-kecilnya) dan jumlah produsen (selaku penjual) dan jumlah konsumen (selaku pembeli);
2. Sistem keluar masuknya barang perlu diketahui
3. Komoditas pertanian mempunyai sifat yang khusus dalam pemasaran, misalnya mudah rusak, bulky dan musiman.

## **Bab 8**

# **Pasar dan Kebijakan Pertanian**

### **8.1 Pendahuluan**

Apabila membicarakan tentang usaha, maka pikiran kita akan tertuju pada kata yang tidak bisa kita anggap remeh yaitu pasar. Usaha tanpa adanya pasar maka tidak akan membawa keuntungan. Selain permodalan dan keterbatasan sarana dan prasarana, pasar sering muncul masalah bagi para pelaku usaha. Bicara tentang pasar, pikiran kita akan terfokus pada adanya penjual dan pembeli yang terlibat secara langsung sehingga tercapai adanya kesepakatan harga. Dalam hal tersebut juga akan muncul adanya permintaan dan penawaran suatu produk. Pasar adalah sekelompok pembeli dan penjual yang melakukan transaksi atas produk berupa barang atau jasa. Dalam hal tersebut kita memfokuskan pasar dari sekelompok pembeli yang menentukan banyaknya permintaan atas barang atau jasa. Sedangkan sekelompok penjual menentukan banyaknya penawaran atas barang atau jasa. Munculnya kekuatan permintaan dan penawaran atas barang atau jasa tersebut terjadilah adanya kesepakatan harga (Kasmir, 2009).

Orientasi pasar merupakan salah satu orientasi usaha yang dapat dikatakan maju. Artinya ketika akan memulai atau menjalankan usaha maka kita harus menentukan fokus pasar produk kita siapa dan bagaimana, sehingga keuntungan dapat diperoleh secara maksimal. Sebelum lebih jauh dan mendalam tentang pembeli dan penjual, marilah kita terlebih dahulu memahami secara seksama tentang pengertian pasar.

Berbagai pendapat dari para ahli menyatakan bahwa pengertian pasar sangat beragam. Secara sederhana pasar diartikan sebagai sebuah tempat bertemunya penjual dan pembeli melakukan transaksi jual beli atas produk berupa barang atau jasa. Dalam hal tersebut maka fokus kita tertuju pada sebuah lokasi pertemuan penjual dan pembeli yang berinteraksi secara langsung.

## 8.2 Pengertian Pasar

Pengertian tentang pasar merupakan kelompok pembeli yang nyata dan pembeli yang berpotensi atas suatu produk yang diinginkan dan dibutuhkan. Pasar juga dapat diartikan proses bertemunya permintaan dan penawaran suatu produk. Pasar merupakan kelompok pembeli nyata. Hal tersebut berarti kelompok pembeli yang sebenarnya memiliki minat, pendapatan, dan akses terhadap suatu produk atau jasa tertentu. Pada pasar nyata tersebut dapat dikatakan bahwa pembeli sudah pasti akan melakukan transaksi pembelian produk atau jasa karena memang memiliki minat atau keinginan untuk membeli. Hal tersebut didukung oleh adanya kepemilikan tingkat pendapatan dan akses terhadap suatu produk atau jasa. Sementara itu terdapat pula kelompok pembeli yang sebenarnya memiliki minat atau keinginan untuk membeli produk atau jasa tertentu, akan tetapi tidak atau sama sekali tidak didukung oleh adanya pendapatan dan akses terhadap produk atau jasa. Akan tetapi proses transaksi pembelian produk atau jasa tertentu tersebut akan dilakukan pada saat mereka memiliki pendapatan dan akses yang memadai. Hal tersebut berarti bahwa mereka memiliki peluang untuk membeli produk atau jasa pada masa yang akan datang. Kelompok pembeli inilah yang disebut dengan pasar berpotensi.

Pengertian pasar lainnya adalah pertemuan antara penjual dan pembeli melakukan transaksi atas produk atau jasa yang tidak harus saling bertemu langsung secara fisik di lokasi tertentu, akan tetapi transaksi dapat dilakukan melalui sarana elektronik seperti telepon atau melalui internet serta media sarana lainnya. Pada pengertian tersebut sangat jelas bahwa pasar memiliki tempat atau lokasi yang memungkinkan pembeli dan penjual saling bertemu melakukan transaksi. Akan tetapi ternyata pasar dapat terbentuk di berbagai lokasi melalui berbagai sarana dan prasarana yang ada saat ini.

### 8.2.1 Jenis Pasar Berdasarkan Keberadaan Konsumen yang Menginginkan dan Membutuhkan Barang/Jasa

Pengertian pasar berdasarkan keberadaan konsumen yang menginginkan dan membutuhkan suatu barang/jasa dapat berupa konsumen individu dan kelompok tertentu (industri).

Pada kelompok pasar tersebut terdapat beberapa jenis pasar sebagai berikut:

1. Pasar Konsumen

Pada pasar tersebut konsumen secara individu dapat membeli produk berupa barang atau jasa yang ditujukan untuk keperluan konsumsi sendiri bukan untuk keperluan lainnya seperti diperjualbelikan kembali. Pada pengertian tersebut dapat diartikan sebagai konsumen akhir. Mereka membeli produk yang memang dikonsumsi sendiri.

2. Pasar Industri

Pasar industri adalah pasar di mana pihak industri (perusahaan) melakukan transaksi pembelian produk berupa barang atau jasa kemudian mereka menggunakannya kembali untuk menghasilkan barang atau jasa lain. Dalam hal tersebut juga diartikan bahwa perusahaan membeli barang setengah jadi, kemudian diproduksi kembali. Dalam pasar industri tersebut, perusahaan juga dapat menyewakan barang atau jasa kepada pihak lain untuk memperoleh keuntungan.

3. Pasar Reseller

Pada pasar tersebut konsumen secara individu atau kelompok melakukan transaksi pembelian produk berupa barang atau jasa kemudian melakukan penjualan kembali barang dan jasa tersebut tanpa merubah bentuk aslinya. Hal tersebut dilakukan untuk mendapatkan keuntungan.

4. Pasar Pemerintah

Pasar pemerintah adalah pasar yang terdiri dari unit-unit pemerintah yang melakukan transaksi pembelian produk berupa barang atau jasa atau menyewa barang dan jasa tersebut untuk melakukan fungsi utama pemerintah baik pusat maupun daerah.

Berdasarkan rumusan pengertian pasar di atas, terdapat dua golongan utama pasar yaitu pasar konsumen dan pasar bisnis (Amir, 2005). Penjelasan secara rinci pengertian pasar tersebut adalah sebagai berikut:

1. Pasar Konsumen

Pembeli atau konsumen membeli untuk dikonsumsi langsung sebagai pengguna akhir atau konsumen akhir. Produk yang dijual untuk kelompok atau individu pasar konsumen disebut dengan produk konsumen.

2. Pasar Bisnis

Kelompok melakukan pembelian barang untuk dikonsumsi, dan/atau diolah kembali (sebagai bahan baku proses produksi), dan atau dijual kembali. Konsumen pada hal ini bertindak sebagai individu atau kelompok yang terlibat dalam pembelian barang. Pada pasar bisnis ini biasanya kita juga akan fokus pada instansi pemerintah sebagai pasar. Diperlukan adanya pendekatan secara khusus dalam memasarkan produk ke instansi pemerintah, hal ini disebabkan instansi pemerintah memiliki karakter khusus. Contohnya, kecenderungan lembaga pemerintah menghabiskan anggaran.

Pasar bisnis atau disebut juga sebagai pasar institusi atau pasar industri. Pada pasar tersebut institusi atau industri membeli barang atau jasa yang ditujukan untuk konsumsi sendiri, digunakan dalam proses produksi, dan atau untuk dijual kembali. Fokus dalam hal tersebut adalah institusi. Barang yang dijual disebut sebagai barang industri. Contoh pasar institusi atau industri adalah produsen ban mobil menjual produknya ke perusahaan produsen mobil, produsen pupuk menjual produknya ke perusahaan pertanian, produsen alat mesin pertanian, produsen cat menjual produknya ke perusahaan perumahan, produsen semen dan sebagainya. Pasar institusi/bisnis/industri memiliki karakter yang khas bila dibandingkan dengan pasar konsumen. Terdapat karakter, proses transaksi, pelaku dan peran yang berbeda.



Terdapat 3 (tiga) aspek atau karakter khas yang dimiliki pasar institusi/bisnis/industri jika dibandingkan dengan pasar konsumen. Karakter khas pasar institusi/bisnis/industri tersebut adalah sebagai berikut:

1. Struktur Pasar

Struktur pasar institusi/bisnis/industri memiliki dua ciri khas yaitu sebagai berikut; (a) jumlah pembelinya lebih sedikit daripada pasar konsumen, dan (b) jumlah pembelinya sedikit, akan tetapi jumlah pembeliannya dalam jumlah dan nilai yang relatif besar dibandingkan dengan pasar konsumen.

2. Permintaan Pasar

Permintaan pasar institusi/bisnis/industri merupakan faktor penentu perilaku pembelian. Terdapat dua ciri khas permintaan pada pasar institusi/bisnis/industri sebagai berikut; (a) merupakan permintaan turunan dari konsumen akhir. Contoh permintaan ban oleh produsen mobil tergantung dari permintaan mobil oleh masyarakat. Pada saat akan memasarkan barang industri, maka observasi secara mendalam harus dilakukan pada permintaan konsumen akhirnya, (b) permintaan in elastis, perubahan harga pada barang industri tidak menyebabkan perubahan permintaan yang banyak dari pasarnya. Contoh apakah perusahaan produsen mobil akan menambah pembelian ban nya ketika ada perusahaan sejenis lainnya atau pesaing menurunkan harga? Pada kasus tersebut sepertinya tidak, hal tersebut dikarenakan perusahaan produsen mobil sudah memiliki rencana yang jelas dan berapa unit mobil yang akan diproduksi.

3. Tipe Keputusan

Ciri khas pasar institusi/bisnis/industri dengan jumlah pembeli sedikit, produsen atau pemasar produk bisnis harus dapat memastikan memiliki hubungan dan komunikasi yang erat dengan pembelinya. Melalui pola tersebut, maka pembeli akan mendapatkan banyak manfaat terutama pada saat penentuan keputusan yang kompleks dan formal pada pasar tersebut. Beberapa hubungan dan komunikasi yang baik antara penjual dengan pembeli adalah sebagai berikut; (a) hubungan dekat penjual dengan pembeli, meskipun jumlah pembeli

sedikit, jumlah dan nilai pembeliannya besar, maka hal tersebut tentu saja akan menuntut pemasar dapat menjalin hubungan dan komunikasi sangat dekat, (b) keputusan yang kompleks, melalui jumlah dan nilai pembelian yang besar. Ada banyak banyak aspek yang perlu diperhatikan dan dipertimbangkan seperti apakah investasi yang telah dikeluarkan setara dengan nilai manfaat yang didapatkan, apakah penggantian mesin baru akan menggantikan mesin lama dari segi manfaatnya, dan sebagainya. Oleh karena itu keputusan disini tidak lagi dalam jangka pendek akan tetapi lebih bersifat jangka panjang, (c) pada pasar institusi/bisnis/industri umumnya keputusan ditetapkan dalam pembelian bersifat formal. Semua dilengkapi dengan dokumen resmi dan sah serta sifatnya resmi baik untuk nilai transaksi kecil maupun besar.

#### 4. Unit Pembelian

Unit pembelian pada pasar institusi/bisnis/industri merupakan unit atau pihak yang terlibat dalam proses pembelian. Ciri khas yang terlihat adalah; (a) pembelian yang profesional, dilakukan mengingat nilai dan jumlah yang besar, sarat dengan kualifikasi teknis sesuai bidangnya. Oleh karena itu orang yang bertugas harus profesional dan memiliki kualifikasi teknis tertentu sesuai bidang keahliannya, (b) jumlah yang terlibat, relatif lebih besar atau banyak mengingat nilai dan jumlah yang besar. Jumlah unit pembelian yang relatif besar maka akan banyak pula peran yang terlibat seperti inisiator, pengguna, yang memengaruhi, pengambil keputusan dan pembeli.

### 8.2.2 Jenis Pasar Berdasarkan Cara Transaksi

Sampai disini pengertian pasar dapat dikatakan sebagai sarana bagi penjual dan pembeli melakukan transaksi secara langsung dalam rangka memenuhi kebutuhan pokoknya. Secara umum ciri pasar dalam bentuk tersebut terbagi dalam bentuk pasar tradisional dan pasar modern. Ciri khas yang membedakan kedua pasar tersebut adalah sistem manajemen pasar, kualitas interaksi dan transaksi serta fasilitas fisik yang diberikan (Arianty, 2013). Berbagai pengertian dan seluk beluk serta jenis pasar telah diuraikan di atas, akan tetapi pada generasi sekarang kita akan dihadapkan pada adanya jenis pasar tradisional dan pasar

modern. Kedua pasar tersebut secara langsung atau tidak langsung berada ditengah kehidupan kita. Beragam layanan produk dan manfaat ditawarkan. Berdasarkan cara transaksinya, pasar dibedakan sebagai yaitu pasar tradisional dan modern (Ma'ruf, 2005).

Mari kita kaji pengertian kedua pasar tersebut:

#### 1. Pasar Tradisional

Pasar tradisional merupakan tempat di mana para penjual dan pembeli melakukan transaksi tawar menawar yang dilakukan secara langsung dan biasanya barang atau produk yang diperjualbelikan adalah produk atau barang kebutuhan pokok sehari-hari. Produk yang dijual pun beragam dan tersedia dalam jumlah yang banyak. Pasar yang melayani suatu wilayah pemukiman pada tingkat kota kecil, kecamatan, atau kelurahan dan desa. Biasanya lokasinya terletak ditengah kelurahan/desa sehingga mudah dijangkau oleh semua kalangan masyarakat untuk datang. Produk atau barang dijual beraneka ragam jenisnya dan umumnya menjual barang kebutuhan rumah tangga. Tidak ada persaingan. Transaksi jual beli dilakukan secara langsung dan tatap muka. Pasar tradisional identik dengan situasi lingkungan yang kotor, kumuh atau dengan sanitasi pengelolaan lingkungan yang kurang baik. Terlebih ditambah bahwa pelayanan dari seorang penjual seringkali memanipulasi terhadap kualitas dan kuantitas barang atau produk yang dijualnya. Oleh karena itu mengurangi kepercayaan dan ketertarikan minat dari pembeli untuk belanja atau memilih pasar tradisional sebagai sarana pemenuhan kebutuhan pokoknya.

#### 2. Pasar Modern

Adalah pasar yang melayani kebutuhan masyarakat di sekitar perkotaan. Transaksi jual beli yang dilakukan bisa secara langsung atau tidak langsung dilakukan secara modern dengan swalayan, pemasaran langsung, penjualan langsung, internet dan sebagainya (Kasali, 1998). Memiliki fasilitas bangunan yang relatif nyaman dibandingkan tradisional. Sistem penjualan melayani penjualan grosir. Pasar modern saat ini banyak dikenal dengan istilah pusat perbelanjaan atau pusat belanja yang banyak terdapat di berbagai kota besar. Pada

pasar modern, barang atau produk dijual biasanya dengan harga pas dan pembeli melakukan layanan sendiri atau swalayan. Contohnya adalah supermarket. Pasar modern disebut juga sebagai pusat perbelanjaan akan barang atau produk di sebuah pemukiman kota (Sarwoko, 2008).

### 8.2.3 Pasar Persaingan Sempurna

Bicara tentang pasar lebih jauh adalah bahwa pasar memiliki bentuk tertata rapi melalui sebuah sistem. Contoh pada pasar komoditas pertanian, pembeli dan penjual akan bertemu pada waktu dan tempat khusus dan akan dapat membantu menentukan harga dan mengatur penjualan. Akan tetapi tidak semua pasar terorganisasi dengan baik meskipun sebenarnya pembeli dan penjual pada akhirnya dapat membentuk pasar. Pembeli sebenarnya tahu bahwa ada beberapa penjual produk yang dapat dipilih sesuai dengan minat atau keinginan, begitu juga sebaliknya penjual pun juga tahu bahwa produknya mirip dengan produk yang dijual penjual lain. Terjadinya harga dan jumlah produk terjual tidak ditentukan oleh seorang pembeli atau penjual saja, akan tetapi ditentukan oleh semua pembeli dan penjual yang saling berinteraksi. Keberadaan pasar yang ada tentu saja akan sangat kompetitif. Pasar kompetitif merupakan pasar dengan banyak penjual dan pembeli sehingga masing-masing dari mereka memiliki pengaruh yang relatif kecil terhadap harga pasar. Para penjual memiliki kendali yang terbatas terhadap harga pasar karena penjual lain juga menjual produk yang serupa. Seorang penjual tidak dapat menjual dengan harga lebih murah dari harga yang berlaku, dan jika menjual lebih mahal maka pembeli kabur dan beralih ke penjual yang lain. Demikian seterusnya, tidak ada seorang pembeli yang dapat memengaruhi harga pasar.

Apabila diasumsikan bahwa pasar yang ada sekarang adalah pasar kompetitif sempurna atau pasar persaingan sempurna. Pasar persaingan sempurna merupakan suatu struktur pasar ataupun industri di mana di dalamnya terdiri dari banyak penjual dan juga pembeli. Dalam hal ini baik penjual ataupun pembeli masing-masing tidak bisa memengaruhi harga pasar. Dapat dicontohkan pasar persaingan sempurna adalah pasar yang ada di bursa efek, pasar modal atau juga pasar uang. Pasar persaingan sempurna jika diartikan adalah pasar yang memiliki dua sifat sebagai berikut yaitu barang yang dijual semuanya sama dan pembeli atau penjual tidak dapat memengaruhi harga pasar karena jumlahnya sama-sama banyak. Terdapat beberapa pasar dengan asumsi sebagai pasar kompetitif sempurna. Pada pasar gandum, contohnya, terdapat ribuan para

petani yang menjual gandum dan jutaan konsumen yang membeli gandum dan produk turunan dari gandum. Tidak ada pembeli atau penjual yang dapat memengaruhi harga gandum, sehingga masing-masing menerima begitu saja harga yang terbentuk (Hidayati, 2019).

Secara lebih jelas kita dapat mengamati ciri-ciri dari pasar persaingan sempurna adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan yang terlibat tidak dapat memengaruhi harga yang berlaku. Hal tersebut disebabkan harga yang berlaku terbentuk dengan sendirinya, artinya antara penjual dan pembeli tidak ada yang dapat mengendalikan. Harga terbentuk dari interaksi atau tawar menawar antara penjual dengan pembeli.
2. Perusahaan akan dapat dengan mudah keluar masuk pasar. Hal tersebut dapat diartikan bahwa perusahaan akan dapat dengan mudah masuk dan juga keluar dari pasar. Dalam hal ini perusahaan juga akan dengan mudah atau keluar dari pasar, dan perusahaan akan meninggalkan pasar tersebut. Hal tersebut tentu saja akan sangat mudah dilakukan perusahaan. Sedangkan jika ada penjual yang akan melakukan kegiatan, maka dapat dengan mudah untuk melakukan kegiatannya.
3. Barang atau produk yang diproduksi perusahaan relatif sama. Artinya semua barang atau produk yang diperjualbelikan relatif sama dan tidak dengan mudah dapat dibedakan. Seorang pembeli akan susah membedakan produk yang dijual oleh penjual A, penjual B atau penjual lainnya. Jumlah perusahaan yang ada dalam pasar persaingan sempurna relatif lebih kecil jika dibandingkan dengan jumlah produksi di dalam pasar tersebut. Hal tersebutlah yang menyebabkan terjadinya kenaikan ataupun penurunan harga.
4. Pembeli memiliki pengetahuan dan pemahaman tentang situasi dan kondisi pasar. Hal ini dapat diartikan bahwa seorang pembeli sebetulnya sudah mengetahui tingkat harga yang berlaku beserta perubahannya. Oleh karena itu seorang penjual tidak akan dapat dengan seandainya menjual produk dengan harga yang lebih tinggi dari harga pasar.

Selain ciri-ciri dari pasar persaingan sempurna tersebut, maka kita juga dapat memahami kelebihan dan kelemahan dari pasar tersebut sebagai berikut:

1. Kelebihan Pasar Persaingan Sempurna

Beberapa kelebihan dari pasar persaingan sempurna diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Tidak ada kekuasaan di dalam pasar. Hal tersebut berarti bahwa semua barang atau produk yang dijual sama sehingga tidak ada penjual yang memiliki kekuasaan atas harga dalam pasar. Akan tetapi sebenarnya tidak akan ada persaingan secara murni karena barang atau produk yang diperjualbelikan sebenarnya sudah relatif sama satu sama lainnya. Oleh karena itu harga yang terbentuk cenderung stabil dan situasi pasar dapat dengan mudah diketahui sehingga antara penjual atau pembeli dapat dengan mudah menentukan pilihan tentang produk yang akan diperjualbelikan.
- b. Minimnya biaya promosi iklan. Hal tersebut berarti bahwa penjual akan dapat mengurangi biaya promosi iklan karena produk yang dijual relatif sama, sehingga pembeli akan dengan mudah membedakan produk yang dihasilkan oleh para penjual.
- c. Informasi pasar lengkap dan jelas. Hal tersebut dapat diartikan bahwa antara penjual dan pembeli memiliki informasi sangat jelas tentang pasar. Oleh karena itu kecil kemungkinannya seorang pembeli akan mengalami kecewa karena sebelumnya informasi harga pasar yang berlaku sudah diketahui. Semua aturan yang ada sudah sangat jelas dan mengikat baik penjual atau pembeli pada saat proses transaksi.

2. Kelemahan Pasar Persaingan Sempurna

Beberapa kelemahan dari pasar persaingan sempurna diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Produk yang diperjualbelikan tidak bervariasi. Seorang pembeli akan terbatas pilihannya terhadap suatu produk karena produk dan harga yang dijual tersebut relatif sama. Pendapatan yang diterima penjual akibat distribusi pendapatan yang berbeda-beda.

- b. Minim inovasi. Oleh karena produk yang dijual sama, maka akan menyebabkan minimnya inovasi.
- c. Efisiensi pasar sangat tinggi. Adanya efisiensi yang sangat tinggi di dalam pasar akan berdampak kurang baik. Hal tersebut menyebabkan buruknya kondisi sosial. Oleh karena itu pada pasar persaingan sempurna sebaiknya dimunculkan adanya biaya sosial yang harus ditanggung secara bersama-sama antara penjual dan pembeli.

#### 8.2.4 Pasar Persaingan Tidak Sempurna

Tidak semua barang atau jasa dapat dijual dalam pasar persaingan sempurna. Atau dapat diartikan bahwa selain pasar persaingan sempurna, maka terdapat juga pasar persaingan tidak sempurna (Mankiw, 2006).

Beberapa contoh dari pasar persaingan tidak sempurna sebagai berikut:

##### 1. Pasar Monopoli

Pasar monopoli adalah salah satu bentuk pasar persaingan tidak sempurna. Pasar monopoli disebut juga sebagai bentuk pasar yang berkebalikan dengan pasar persaingan sempurna. Suatu bentuk pasar di mana hanya terdapat satu penjual yang menjual barang atau jasa, dan tidak ada barang substitusinya. Ciri khas yang dimiliki adalah pasar terdiri dari hanya satu penjual saja sementara jumlah pembelinya banyak. Penjual dengan leluasa dapat menentukan harga barangnya. Perusahaan listrik yang dikuasi oleh negara atau Perusahaan Listrik Negara (PLN), contohnya, bisa terbentuk monopoli. Penduduk atau masyarakat akan membutuhkan pasokan listrik untuk mendukung kegiatan sehari-hari yang bersumber dari PT PLN. Pasar Monopoli memiliki ciri khas yang membedakan dengan pasar persaingan sempurna, yaitu sebagai berikut:

- a. Merupakan pasar terdiri hanya ada satu penjual. Artinya barang atau jasa yang dihasilkan tidak dapat dibeli atau didatangkan dari tempat lain. Pembeli tidak memiliki pilihan terhadap barang yang diinginkan. Artinya mereka tetap akan membeli barang yang disediakan penjual. Seringkali harga barang yang didapatkan jauh

lebih tinggi, karena hanya penjual yang mengendalikan dan menentukan harga.

- b. Tidak ada barang substitusi atau pengganti yang mirip. Hal tersebut artinya bahwa barang yang diperjualbelikan tidak dapat digantikan dengan barang lainnya.
- c. Penjual lain akan sangat susah untuk memasuki pasar. Artinya penjual dapat memperoleh keuntungan maksimal karena tidak ada penjual lain yang masuk pasar.
- d. Hanya penjual yang dapat memengaruhi harga. Hal tersebut tentu saja didukung oleh adanya satu-satunya penjual yang dapat leluasa mengendalikan harga.
- e. Keperluan promosi iklan kurang dibutuhkan. Hal tersebut dikarenakan hanya ada satu penjual, sehingga otomatis pembeli hanya akan membeli barang yang dijual/ditawarkan. Oleh karena itu penjual tidak membutuhkan adanya promosi iklan.

## 2. Pasar Oligopoli

Pasar oligopoli adalah salah satu bentuk pasar persaingan tidak sempurna. salah satu bentuk persaingan yang dikuasai oleh beberapa produsen (penjual) pada suatu wilayah tertentu. Merupakan salah satu bentuk pasar di mana hanya ada beberapa penjual yang dapat menghasilkan produk, keberadaan beberapa penjual saling bersaing satu sama lainnya. Pasar oligopoli adalah pasar yang menghasilkan barang sejenis. Pasar oligopoli adalah pasar yang berada di antara pasar kompetitif sempurna dan pasar monopoli. Disebut sebagai pasar oligopoli karena hanya memiliki sedikit penjual dan pembeli relatif banyak. Keberadaan penjual tidak dapat selalu berkompetisi secara agresif. Contohnya rute penerbangan. Jika rute penerbangan antara dua kota dilayani oleh dua atau tiga perusahaan penerbangan, maka kompetisi dapat dihindari supaya tetap dapat menjual tiket penerbangan dengan harga tinggi. Artinya kompetisi yang muncul pada pasar tersebut tidak begitu agresif.

Adapun beberapa ciri khas dari pasar oligopoli adalah sebagai berikut:

- a. Hanya sedikit penjual yang masuk dalam pasar. Berapa jumlah penjual yang ada di dalam pasar secara teori akan sangat susah



ditetapkan. Akan tetapi, sebagai dasar analisis pada umumnya banyaknya penjual yang ada diasumsikan jumlahnya kurang dari sepuluh.

- b. Produk yang dijual relatif homogen. Produk tersebut seperti industri rokok, film kamera dan mobil. Sementara itu yang menghasilkan produk yang homogen antara lain industri seng, kertas, baja dan pipa.
- c. Pengambilan keputusan yang saling memengaruhi. Keputusan yang diambil oleh penjual dalam menentukan harga dan jumlah hasil yang dihasilkan akan berpengaruh terhadap penjual lainnya, baik penjual yang sebelumnya sudah ada atau masih berada. Oleh karena itu untuk menahan penjual potensial tetap ada, maka penjual yang sudah ada mengambil keputusan dengan menetapkan harga jual yang terbatas.
- d. Persaingan non harga. Persaingan non harga yang dapat dilakukan seperti memberikan pelayanan garansi dan juga promosi iklan, melakukan dan meningkatkan citra produk, dan memengaruhi perilaku pembeli.

Beberapa kelebihan dan kelemahan dari bentuk pasar oligopoli dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Kelebihan Pasar Oligopoli  
Pembeli bebas melakukan pemilihan produk yang dijual/tawarkan, memungkinkan melakukan riset dan pengembangan produk yang dihasilkan, kepuasan konsumen/pembeli sangat diutamakan karena adanya persaingan di antara para penjual dan adanya penerapan teknologi baru.
- b. Kelemahan Pasar Oligopoli  
Munculnya kesenjangan distribusi pendapatan di antara satu penjual dengan penjual lainnya, dapat memicu angka inflasi jika harga stabil dan terlalu tinggi, dapat menimbulkan adanya pemborosan biaya produksi jika hubungan di antara para penjual kurang bersemangat dalam bersaing, dapat menimbulkan

eksploitasi terhadap pembeli, susah dimasuki para penjual baru, dan memungkinkan untuk berkembang sebagai pasar monopoli.

### 3. Pasar Monopolistik

Teori pasar monopolistik atau biasa dikenal dengan pasar persaingan monopolistik merupakan perpaduan antara pasar persaingan sempurna dan pasar monopoli. Pasar monopolistik adalah pasar yang memiliki jumlah penjual banyak dengan jumlah pembeli relatif sedikit. Masing-masing penjual menjual barang yang sedikit berbeda jenisnya. Artinya ada kecenderungan barang yang dijual relatif sama jenisnya. Setiap penjual dapat menentukan harga jual barangnya sendiri, karena barang-barang yang dijual relatif tidak sama. Contoh pasar majalah. Majalah akan saling berkompetisi dalam mendapatkan jumlah pembaca, dan siapa saja dapat masuk dalam pasar dengan cara menerbitkan majalah baru yang menawarkan artikel berbeda dan tentu saja menentukan harga jualnya sendiri. Ciri khas yang membedakan antara pasar persaingan monopolistik dengan pasar persaingan sempurna adalah sebagai berikut:

- a. Terdapat cukup banyak penjual di dalam pasar persaingan monopolistik. Penjual dalam pasar monopolistik mempunyai ukuran yang relatif sama besarnya.
- b. Barang yang diproduksi sifatnya berbeda dalam corak. Hal tersebut menyebabkan produk yang ada akan sangat mudah dibedakan satu dengan lainnya. Adapun perbedaan tersebut ialah dalam bentuk fisik dari barang itu, bungkusnya, bentuk jasa dari penjual setelah penjualan dan juga berbeda dalam hal pembayaran barang yang dibeli oleh pembeli.
- c. Penjual yang ada hanya memiliki sedikit kekuatan dalam menentukan harga.
- d. Sangat mudah untuk masuk ke dalam pasar. Penjual akan dengan mudah masuk ke pasar dan kendala yang dihadapi relatif kecil.

Sementara itu kelebihan dan kelemahan dari pasar persaingan monopolistik dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kelebihan Pasar Persaingan Monopolistik

Dapat memberikan keuntungan kepada pembeli karena banyaknya penjual, sehingga bebas melakukan pilihan terhadap produk yang dibelinya, penjual memiliki banyak peluang untuk dapat keluar masuk pasar, dan mendorong penjual melakukan inovasi produk, adanya diferensiasi produk menyebabkan lebih selektif dalam menentukan produk yang akan dibeli, keberadaan pasarnya akan sangat relatif untuk dapat ditemukan oleh pembeli.

2. Kelemahan Pasar Monopolistik

Mempunyai jumlah persaingan yang tinggi, dilihat dari harga, kualitas produk, dan juga pelayanan, membutuhkan biaya yang cukup besar, mendorong penjual melakukan inovasi sehingga menyebabkan naiknya biaya produksi dan harga.

## 8.3 Pengertian Kebijakan Pertanian

Berbicara tentang kebijakan pertanian, maka pikiran kita akan tertuju pada satu konsep yaitu adanya pembangunan pertanian. Pembangunan pertanian di Indonesia difokuskan pada arah pembangunan pertanian secara berkelanjutan (sustainable agriculture) yang tidak hanya ditujukan bagi generasi saat ini saja, akan tetapi juga memperhatikan kepentingan bagi generasi yang akan datang (Rudy S & Iwan S, 2011). Bicara pembangunan pertanian biasanya kita akan fokus dengan adanya kegiatan pembangunan di perdesaan yang berkelanjutan. Hal tersebut sebenarnya merupakan isu penting dan strategis serta perlu mendapat perhatian bagi negara pada saat ini. Paradigma pola pembangunan pertanian ditujukan pada pembangunan pertanian berkelanjutan (Mayrowani, 2012).

Kebijakan pertanian (agricultural policies) adalah kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah dalam bidang atau sektor pertanian yang menyangkut kegiatan dalam rangka mencapai tujuan tertentu. Definisi lain tentang kebijakan pertanian sebagai upaya yang dilakukan pemerintah untuk meningkatkan produksi di bidang pertanian. Sampai disini kebijakan pertanian bertujuan untuk

meningkatkan produksi pertanian dan berdampak positif pada peningkatan kesejahteraan petani. Selain tujuan peningkatan kesejahteraan petani, maka kebijakan pertanian juga ditujukan untuk upaya pengentasan kemiskinan di bidang pertanian (Dabukke & Iqbal, 2014).

### 8.3.1 Tujuan Kebijakan Pertanian

Melalui kebijakan pertanian diharapkan akan ada perbaikan kesempatan ekonomi bagi para petani dalam peningkatan taraf hidup yang lebih baik di masyarakat, dan dukungan adanya sistem kelembagaan pertanian. Tujuan kebijakan pertanian secara khusus adalah mencapai tujuan kondisi tertentu yang diinginkan dalam pembangunan pertanian.

Usaha untuk mencapai kondisi tertentu tersebut harus sesuai dengan beberapa kriteria sebagai berikut:

1. Bersifat applicable (dapat dilaksanakan secara teknis). Hal tersebut berarti bahwa dibutuhkan teknologi dan peralatan serta keahlian untuk menjalankan strategi tersebut.
2. Bersifat profitable (secara ekonomi menguntungkan). Penerapan strategi secara ekonomi menguntungkan berbagai pihak yang terlibat.
3. Bersifat accountable (secara sosiologis dapat dipertanggungjawabkan). Dalam menerapkan strategi harus dapat dipertanggungjawabkan secara sosiologis dalam kehidupan bermasyarakat.
4. Bersifat continuable (secara ekologis berkelanjutan). Dalam menerapkan strategi bersifat ramah lingkungan dan tidak menyebabkan kerusakan lingkungan.

Kebijakan pertanian secara garis besar akan fokus pada 3 (tiga) bidang utama, yaitu sebagai berikut:

1. Usaha tani (farm). Pada kenyataannya pertanian merupakan usaha tani (farm) yang dilakukan oleh keluarga petani secara turun temurun. Oleh karena itu kebijakan pertanian erat kaitannya dengan pembangunan pertanian.

2. Pasangan harga (price parity). Hal tersebut berkaitan dengan bagaimana upaya memperoleh tingkat harga yang wajar bagi produk pertanian dibandingkan dengan produk sektor lainnya.
3. Posisi tawar (bargaining position). Kebijakan yang berhubungan dengan upaya membantu daya tawar petani sehingga dapat memperoleh insentif yang layak dari hasil kegiatan usaha tani yang dijalankan.

### 8.3.2 Jenis Kebijakan Pertanian

Kebijakan pertanian kaitannya dengan upaya pengentasan kemiskinan di bidang pertanian, secara umum dapat digolongkan dalam 3 (tiga) hal, yaitu sebagai berikut:

#### 1. Kebijakan Pertanian Secara Langsung

Kebijakan pertanian secara langsung merupakan kebijakan pertanian yang diarahkan secara langsung pada peningkatan akses terhadap penanggulangan kemiskinan. Peningkatan akses tersebut paling tidak meliputi akses terhadap sumber daya baik sumber daya alam atau manusia, akses terhadap penggunaan teknologi secara efektif dan efisien, akses terhadap pasar, dan akses terhadap sumber permodalan atau pembiayaan usaha. Dalam kebijakan tersebut maka perlu dukungan sarana dan prasarana penyediaan pangan, sandang, papan, kesehatan, pendidikan terutama bagi masyarakat yang berpendapatan rendah. Upaya yang dilakukan dalam hal tersebut adalah meningkatkan pengetahuan dan keterampilan serta pemberdayaan masyarakat yang ditujukan untuk pemanfaatan peluang dalam rangka peningkatan pendapatan dan nilai tambah produk yang layak. Prioritas kegiatan yang dilakukan adalah pelatihan secara terpadu dari hulu sampai hilir, peningkatan sumber daya manusia dan permodalan usaha. Bentuk kegiatan yang paling sesuai dalam kebijakan pertanian tersebut adalah upaya pengembangan kelompok dalam wadah usaha bersama seperti koperasi pertanian.

## 2. Kebijakan Pertanian Secara Tidak Langsung

Kebijakan pertanian secara tidak langsung mengarahkan pada upaya penciptaan kondisi yang dapat menjamin kegiatan dalam rangka pemerataan pembangunan pertanian, penanggulangan kemiskinan, dan pemberdayaan masyarakat. Jenis dan skala prioritas kegiatan yang dilakukan antara lain adalah adanya kebijakan dan pengelolaan ekonomi secara makro, melakukan investasi di bidang pembangunan teknologi pertanian secara modern, teknologi tepat guna, meningkatkan pembangunan infrastruktur pedesaan, reformasi kelembagaan seperti keberadaan pasar, investasi dibidang kesehatan dan pendidikan, dan mengintensifkan penyuluhan pertanian secara partisipatif dengan melibatkan peran serta aktif masyarakat dalam kegiatan.

## 3. Kebijakan Pertanian Secara Khusus

Kebijakan pertanian secara khusus merupakan kebijakan pertanian yang secara khusus mewujudkan keterpaduan pembangunan pertanian melalui kegiatan pengembangan agribisnis sesuai dengan potensi wilayah pertanian. Pada pengembangan agribisnis tersebut muncul keterkaitan subsektor pertanian seperti subsektor sarana dan prasarana produksi, subsektor produksi, subsektor agroindustri, dan subsektor distribusi dan penunjang. Melalui kebijakan khusus tersebut maka diharapkan akan ada penguasaan dan pemanfaatan ilmu pengetahuan dan teknologi serta peningkatan kualitas sumber daya manusia. Kegiatan usaha tani yang dilakukan sudah mengarah kepada usaha-usaha komersial hasil produksi pertanian, ekspor pertanian, perluasan dan kesempatan kerja di bidang pertanian. Kebijakan pertanian secara khusus diantaranya seperti program pembangunan pertanian rakyat terpadu, program pembangunan perusahaan pertanian, program diversifikasi pangan dan gizi, program pengembangan sumber daya manusia, sarana dan prasarana pertanian, program pengembangan usaha koperasi, program pembinaan daerah pantai, program peranan wanita, program teknik produksi, dan program penguasaan teknologi.

### 8.3.3 Contoh Kebijakan Pertanian Secara Makro

Beberapa contoh berkaitan dengan kebijakan pertanian secara makro yang dilakukan pemerintah dalam rangka pembangunan pertanian dan pengentasan kemiskinan (Fatah, 2007) adalah sebagai berikut:

1. Kebijakan Harga

Kebijakan harga tersebut merupakan kebijakan yang ditujukan untuk stabilisasi harga. Kebijakan harga biasanya erat dengan kaitannya pendapatan. Oleh karena itu dalam hal pendapatan, maka kebijakan tersebut ditujukan agar pendapatan para petani tidak terlalu berfluktuatif dari musim ke musim. Hal tersebut dapat diartikan bahwa kebijakan harga di bidang pertanian bertujuan untuk menyangga agar hasil pertanian seperti beras tidak merugikan baik bagi petani atau konsumen masyarakat, utamanya pada saat barang atau produk melimpah saat panen raya atau sebaliknya pada saat paceklik di mana barang atau produk langka.

2. Kebijakan Pemasaran

Kebijakan pemasaran ditujukan untuk melindungi konsumen agar tetap dapat memiliki daya saing petani. Kebijakan pemasaran tersebut melibatkan peran serta dan campur tangan pemerintah dalam masalah pasar. Campur tangan pemerintah dalam pasar bertujuan agar para pedagang dan petani tidak terlalu dirugikan akibat adanya pengaruh kekuatan yang ada. Selain itu upaya yang dilakukan juga untuk mendorong para pihak mencapai efisiensi ekonomi dalam persaingan. Pada pelaksanaannya kebijakan pemasaran dilakukan secara bersama dengan kebijakan harga.

3. Kebijakan Struktural

Kebijakan struktural merupakan kebijakan pertanian yang ditujukan untuk melakukan upaya perbaikan dalam struktur produksi pertanian seperti adanya luas kepemilikan tanah, perbaikan sarana dan prasarana pertanian secara ekonomi maupun fisik, dan perbaikan alat mesin pertanian.

4. Kebijakan Inpres Desa Tertinggal (IDT)

Kebijakan Inpres Desa Tertinggal (IDT) merupakan kebijakan yang ditujukan dalam penanganan masalah kemiskinan khususnya pada desa-desa tertinggal baik di pedesaan atau perkotaan.



## **Bab 9**

# **Perdagangan Internasional**

### **9.1 Pendahuluan**

Merujuk pendapat beberapa ahli ekonomi bahwa istilah ekonomi berasal dari kata *oikos* yang berarti rumah tangga atau keluarga dan *nomos* yang berarti peraturan, hukum atau prinsip; sehingga ilmu ekonomi diartikan sebagai ilmu yang mempelajari tentang pengaturan usaha manusia dalam mencapai kemakmuran (Purba et al., 2020; Sudarso et al., 2020; Purba, Arfandi, et al., 2021; Basmar, Purba, Damanik, et al., 2021; Marit et al., 2021). Demi mencapai kemakmuran, manusia akan melakukan aktivitas ekonomi seperti konsumsi, produksi, dan distribusi (Purba, 2013, 2019a, 2019b, 2020; Sari et al., 2020; Rahmadana et al., 2021; Suleman et al., 2021; Wirapraja et al., 2021).

Pengertian ekonomi adalah semua yang menyangkut hal-hal yang berhubungan dengan peri kehidupan dalam rumah tangga dan dalam perkembangannya kata rumah tangga bukan hanya sekedar merujuk pada satu keluarga yang terdiri dari suami, isteri dan anak-anaknya, melainkan juga rumah tangga yang lebih luas yaitu rumah tangga bangsa, negara dan dunia (Damanik, Panjaitan, et al., 2021; Faried et al., 2021; Nainggolan et al., 2021; P. A. Siregar et al., 2021; R. T. Siregar et al., 2021; Simarmata et al., 2021).

Dengan kata lain dapat juga dinyatakan bahwa ekonomi adalah sebuah bidang kajian tentang pengurusan sumber daya material individu, masyarakat, dan

negara untuk meningkatkan kesejahteraan hidup manusia. Berhubung bahwa ekonomi merupakan ilmu tentang perilaku dan tindakan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang bervariasi dan berkembang dengan sumber daya yang ada melalui pilihan-pilihan kegiatan produksi, konsumsi dan atau distribusi (Sherly et al., 2020; Ashoer et al., 2021; Basmar, Purba, Nugraha, et al., 2021; Damanik, Nainggolan, et al., 2021; Purba, Albra, et al., 2021).

Perdagangan internasional sangat berperan terhadap pertumbuhan ekonomi cukup berpengaruh. Beberapa ahli ekonomi klasik dan neo-klasik melihat bahwa perdagangan internasional memiliki peranan yang sangat penting dalam membangun suatu negara yang digunakan sebagai mesin pertumbuhan. Pendapat ahli lain sebaliknya, mereka menganggap bahwa kegiatan perdagangan internasional memberikan dampak bahwa negara yang kaya menjadi kaya dan negara miskin akan dirugikan dengan kegiatan tersebut (Purba, Purba, et al., 2021).

Berdasarkan hal-hal itu, bagi negara yang berkembang secara terpaksa akan mengorbankan apa yang menjadi manfaat akibat timbulnya spesialisasi internasional. Tetapi, dengan mengambil dan memberlakukan kebijakan substitusi impor dan industrialisasi yang terukur dan terencana serta memperluas hasil barang maupun jasa untuk dikonsumsi di dalam suatu negara, dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang lebih tinggi. Pertama, kita akan membahas bagaimana perdagangan internasional menopang pertumbuhan dan pembangunan ekonomi dan pandangan yang berlawanan mengenai seberapa jauh perdagangan internasional menghambat pembangunan negara berkembang (Purba, Purba, et al., 2021).

## 9.2 Globalisasi

Kajian tentang globalisasi membahas mengenai tingkat pembangunan, proses perdagangan dan ekonomi internasional. Proses globalisasi dapat menyatukan perekonomian dari berbagai negara di seluruh dunia, mendorong perekonomian di tingkat global, dan mampu mengglobalkan penetapan kebijakan ekonomi, contohnya melalui badan internasional seperti *World Trade Organization* (WTO). Globalisasi juga merujuk pada timbulnya budaya global, yang berarti bahwa orang semakin sering mengkonsumsi produk yang sama di berbagai negara dan menggunakan bahasa bisnis yang sama. perubahan ini mempercepat

integrasi ekonomi dan pada gilirannya integrasi mempercepat perubahan (Purba, Purba, et al., 2021).

Dalam arti ekonominya, dengan adanya globalisasi keterbukaan dalam sistem perekonomian suatu negara terhadap perdagangan internasional akan mengalami peningkatan, begitu juga dari sisi aliran dana internasional, serta investasi asing yang langsung memasuki negara tersebut. Keterkaitan yang semakin erat dari semua sektor pemerintah dan perusahaan dan antar individu merupakan suatu proses yang memberikan pengaruh kepada setiap orang di dunia. Namun, globalisasi akan memberikan perubahan yang lebih besar dari berbagai sisi bagi negara berkembang (Purba, Purba, et al., 2021).

Merujuk pendapat sejumlah ahli, istilah globalisasi menyiratkan peluang bisnis yang lebih menarik, pertumbuhan pengetahuan dan inovasi yang lebih cepat, atau prospek sebuah dunia yang terlalu saling bergantung sehingga dapat mencegah terjadinya sebuah perang. Untuk beberapa hal, globalisasi juga memberikan dampak yang negatif ke suatu negara seperti terjadinya ketimpangan akan semakin nyata dapat dilihat. Begitu juga dari sisi degradasi lingkungan akan mengalami percepatan. Bagi negara yang kaya, globalisasi akan mendominasi dengan luas dan menjerat, tetapi di beberapa negara akan mengalami ketinggalan. Beberapa keprihatinan ini mungkin dibesar-besarkan, tetapi keprihatinan itu mencerminkan isu-isu nyata yang perlu ditangani untuk mencegah agar globalisasi tidak menyebabkan sejumlah atau semua masalah itu (Purba, Purba, et al., 2021).

Hal itu menyebabkan bahwa dengan adanya globalisasi mampu memberikan manfaat dan peluang begitu juga dengan risiko yang akan dihadapi di setiap negara, seperti: orang-orang yang hidup di keluarga-keluarga yang mengalami kemiskinan absolut dan di suatu negara yang pendapatannya rendah. Manfaat potensialnya mungkin juga jauh lebih besar untuk negara-negara berkembang; globalisasi benar-benar membawa kemungkinan baru untuk pembangunan perekonomian berbasis luas. Dengan memberikan berbagai jenis interaksi dengan orang-orang di negara lain, globalisasi berpotensi memberi manfaat bagi negara-negara berkembang secara langsung dan tidak langsung melalui pertukaran budaya, sosial, ilmu pengetahuan dan teknologi, di samping melalui perdagangan dan keuangan internasional (Purba, Purba, et al., 2021).

## 9.3 Pentingnya Perdagangan Internasional

Berlangsungnya perdagangan internasional memberikan manfaat dan arti yang sangat penting bagi negara yang berkembang. Kegiatan tersebut memberi arti dalam hal melakukan pembangunan di beberapa sektor, mengembangkan pengetahuan dan menambah pengalaman yang memungkinkan pembangunan serta memberikan sarana untuk melaksanakannya. Menurut Haberler dalam Jhingan (2018) untuk pembangunan di negara yang kurang berkembang, perdagangan internasional dapat memberikan kontribusi/sumbangan diharapkan sumbangan tersebut dapat memperbaiki penyimpangan yang tidak mendasar atau marginal adalah kebijaksanaan yang terbaik dilihat dari sudut pembangunan ekonomi.

Saling ketergantungan suatu negara terhadap perdagangan internasional yaitu sebagai mesin penggerak perekonomian suatu negara memberikan pengaruh yang cukup besar. Menurut Salvatore (2018), perdagangan internasional merupakan salah satu aktivitas perekonomian di mana aktivitas tersebut meliputi aliran modal, baik yang sifatnya masuk maupun keluar, dari suatu negara ketika terjadi aktivitas perdagangan internasional berupa kegiatan ekspor dan impor maka besar kemungkinan terjadi perpindahan faktor-faktor produksi dari negara eksportir ke negara importir yang disebabkan oleh perbedaan biaya dalam proses perdagangan internasional. Manfaat lain dari perdagangan internasional tersebut akan meningkatkan kesejahteraan yang lebih besar serta mampu mengefisienkan perekonomian (Jhingan, 2011).

### 9.3.1 Hambatan Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional yang dilakukan sering mendapat hambatan, baik hambatan dari dalam negara maupun dari luar negeri. Dalam pengertian luas, bentuk hambatan berupa tindakan (measures) yang memberikan pengaruhnya serta mampu membatasi aliran produk secara bebas. Dalam praktek perdagangan internasional, hambatan perdagangan dibagi menjadi hambatan tarif dan hambatan non tarif, (Sari, Hakim and Anggraeni, 2014). Kebijakan ekonomi yang ditetapkan oleh suatu negara dapat menjadi hambatan yang paling utama dihadapi dalam perdagangan internasional. Bentuk kebijakan tersebut meliputi:



**Gambar 9.1:** Hambatan Perdagangan Internasional (Todaro and Smith, 2020).

Keamanan negara importir yang artinya semakin aman keadaan negara, semakin mendorong para pedagang untuk melakukan perdagangan internasional ke negara tersebut. Kurs sebagai salah satu ukuran nilai perdagangan antarnegara menjadi pemicu aliran perdagangan. Kurs mata uang asing yang tidak menentu (tidak stabil) membuat para eksportir maupun importir mengalami kesulitan dalam menentukan harga jual dan beli barang. Kesulitan ini akan memberikan dampak pada harga penawaran maupun permintaan dalam perdagangan. Kondisi ini memberikan pengaruh kepada pedagang internasional menjadi enggan untuk melakukan aktivitas ekspor dan impor (Ekananda, 2018).

### 9.3.2 Beberapa Isu Penting Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional sering kali memainkan peranan penting bagi pengalaman historis negara-negara berkembang. Dalam tahun-tahun belakangan ini, banyak perhatian pada isu perdagangan dan pembangunan telah difokuskan untuk memahami keberhasilan ekspor yang spektakuler dari Asia Timur, Taiwan, Korea Selatan, dan perekonomian negara Asia Timur lainnya yang memelopori strategi ini, yang berhasil diikuti oleh tetangganya yang jauh lebih besar, Cina. Pengalaman negara-negara ini menjadi jalur penting dalam mengungkap drama perdagangan dan pembangunan.

Pada saat bersamaan, di seantero Afrika, Timur Tengah, dan Amerika Latin, ekspor produk-produk primer mencakup porsi yang besar dari produk domestik bruto negara. Di sejumlah negara berkembang yang lebih kecil, persentase besar dari pendapatan negara diperoleh dari penjualan ekspor produk pertanian dan produk primer atau produk lain seperti kopi, kapas, coklat, gula, minyak sawit, bauksit, dan tembaga. Pada situasi khusus seperti di negara-negara penghasil minyak, penjualan produk minyak bumi mentah dan olahan ke berbagai negara dunia porsinya mencapai lebih 70 persen dari pendapatan nasional mereka.

Namun, tidak seperti negara-negara produsen minyak dan segelintir negara yang berhasil melakukan industrialisasi seperti Taiwan, Korea Selatan, dan sekarang Cina. Banyak negara berkembang yang masih harus mengandalkan ekspor produk-produk primer non mineral yang meliputi sebagian besar dari pendapatan valuta asing mereka. Hal ini merupakan persoalan serius khususnya di Afrika Sub-Sahara. Karena pasar dan harga-harga bagi produk ekspor semacam itu sering kali tidak stabil, maka ketergantungan ekspor pada produk-produk primer turut menghadirkan sejumlah risiko dan ketidakpastian yang tidak diinginkan banyak negara (Jhingan, 2011; Todaro and Smith, 2020; Purba, Purba, et al., 2021)

Selain masalah ketergantungan ekspor tersebut, banyak negara-negara berkembang yang juga tergantung, biasanya dalam tingkat yang lebih besar, pada impor bahan baku, mesin-mesin, barang-barang modal, barang produsen intermediate, serta produk-produk konsumen guna menggerakkan ekspansi industri mereka dan memuaskan konsumen masyarakat yang semakin meningkat di sana. Bagi mayoritas negara berkembang, permintaan impor tersebut melampaui kapasitas mereka dalam menghasilkan pendapatan yang cukup dari penjualan ekspor selama pasca perang dunia II. Hal ini telah mengakibatkan defisit kronis pada posisi neraca pembayaran mereka dibandingkan dengan negara lain. Di sejumlah negara berkembang, defisit pada pos transaksi berjalan (porsi dari neraca pembayaran suatu negara yang mencerminkan nilai pasar dari ekspor berwujud, misalnya perdagangan komoditas dan tak berwujud misalnya jasa pengiriman), dikompensasikan pada neraca pembayaran dengan surplus pada pos transaksi modal, beban utang dari pelunasan investasi dan pinjaman internasional terdahulu sering kali menjadi semakin besar. Di sejumlah negara sedang berkembang, defisit parah pada pos transaksi berjalan dan modal telah mengakibatkan merosotnya cadangan moneter internasional, mata uang yang stabil, serta melambatnya pertumbuhan ekonomi.

Banyak negara yang berhutang akhirnya mencapai surplus ketika melunasi sebagian utang mereka. Pada abad yang baru ini, pola surplus perdagangan telah memperkuat banyak negara berkembang meski tidak berlaku untuk semua. Negara-negara berkembang telah berupaya untuk menghindari terulangnya kembali kondisi di Amerika Latin pada tahun 1980-an, Afrika sub-Sahara pada tahun 1980-an dan 1990-an, dan Asia Timur pada tahun 1997-1998. Penurunan drastis pendapatan ekspor selama krisis keuangan 2008 sekilas telah memperlihatkan bahaya tersebut, meski perekonomian global segera pulih dari ketidakseimbangannya. Pola ini juga membawa risiko; contohnya, hal ini berarti

bahwa negara-negara berkembang secara efektif mengekspor modal dan membuat perekonomiannya rentan terhadap koreksi tajam ketika defisit neraca pembayaran AS yang sangat besar dan kronis mulai pulih kembali (Todaro and Smith, 2011).

Namun perdagangan dan keuangan internasional harus kita pahami dalam perspektif yang luas, jauh lebih luas dari sekadar arus sumber daya keuangan dan komoditi antar negara. Dengan membuka perekonomian dan masyarakat mereka terhadap perniagaan dan perdagangan global, serta dengan berorientasi ke luar, ke bangsa-bangsa lainnya di dunia, negara-negara berkembang tidak hanya mengundang masuknya transfer barang, jasa, dan sumber daya keuangan internasional, tetapi juga pengaruh pembangunan atau anti pembangunan yang terkandung di dalam transfer teknologi produksi; pola konsumsi; tatanan kelembagaan dan organisasional; sistem kesehatan dan sosial; serta tatanan nilai, gagasan, dan gaya hidup yang lebih umum dari negara-negara maju.

Dampak dari transfer teknologi produksi, ekonomi, sosial. Dan budaya terhadap karakter proses pembangunan bisa sejalan atau tidak sejalan dengan tujuan pembangunan yang lebih luas. Berbagai dampak ini tergantung pada sifat struktur politik, sosial, dan kelembagaan dari negara penerima transfer dan prioritas pembangunannya.

## 9.4 Pertanyaan Dasar Mengenai Perdagangan Internasional

Menurut Todaro and Smith, (2011), pembahasan terhadap teori-teori tradisional dan kontemporer mengenai perdagangan internasional dalam konteks lima tema atau pertanyaan mendasar tentang beberapa nilai penting tertentu bagi negara-negara berkembang sebagai berikut:

Bagaimana cara perdagangan internasional memengaruhi tingkat, struktur, dan karakter pertumbuhan ekonomi? Inilah kontroversi tradisional dari “perdagangan sebagai mesin pertumbuhan”, dalam hal aspirasi pembangunan kontemporer. Bagaimana cara perdagangan mengubah distribusi pendapatan dan kekayaan dalam suatu negara dan di antara berbagai negara? Apakah perdagangan menjadi suatu kekuatan pemerataan atau ketidakmerataan dalam

lingkup internasional dan domestik? Dengan kata lain, bagaimana keuntungan dan kerugian didistribusikan, dan siapa yang memetik manfaatnya?

Dalam kondisi apa perdagangan dapat membantu suatu negara mencapai tujuan pembangunannya? Dapatkah negara berkembang secara mandiri menentukan seberapa banyak perdagangan yang dilakukannya atau produk dan jasa apa yang dijualnya?

Mengingat adanya pengalaman masa lalu dan penilaian prospektif, apakah sebaiknya negara berkembang menerapkan kebijakan yang berorientasi keluar (perdagangan yang lebih bebas, aliran modal dan sumber daya manusia yang lebih luas, dan sebagainya) atau yang berorientasi ke dalam (proteksi demi mencapai kemandirian), atau paduan keduanya, misalnya dalam bentuk kerjasama ekonomi regional dan kebijakan ekspor strategis? Apakah argumen yang pro dan kontra atas strategi-strategi perdagangan bagi pembangunan ini?

Jelas, jawaban atau saran bagi kelima pertanyaan dasar tersebut tidak akan seragam dalam berbagai perekonomian di dunia negara berkembang. Landasan ekonomi bagi perdagangan internasional bersandar pada kenyataan bahwa setiap negara memiliki anugerah sumber daya, preferensi dan teknologi, skala ekonomi, lembaga sosial dan ekonomi, serta kapasitas pertumbuhan dan pembangunan yang berbeda. Tentu saja hal tersebut juga berlaku bagi negara sedang berkembang (Purba, Purba, et al., 2021).

## 9.5 Keunggulan Komparatif dan Keunggulan Absolut

Hampir tidak mungkin seseorang atau suatu keluarga memenuhi kebutuhan mereka sendiri bahkan untuk hidup yang paling sederhana sekalipun, mereka memperoleh keuntungan dengan terlibat dalam kegiatan yang paling sesuai atau kegiatan di mana mereka memiliki keunggulan komparatif. Prinsip- prinsip spesialisasi dan keunggulan komparatif yang sama ini telah lama diterapkan oleh para ekonom untuk menggambarkan pertukaran barang antarnegara. Terdapat beberapa pertanyaan tentang faktor apa yang menentukan jenis produk yang akan diperjualbelikan, apa yang menyebabkan suatu negara memproduksi barang tertentu, sedangkan negara lain memproduksi produk yang berbeda (Purba, Purba, et al., 2021).



Di zaman Adam Smith memfokuskan perhatiannya kepada perbedaan internasional dari segi biaya produksi dan harga yang ditawarkan pada berbagai produk. Terdapat beberapa negara melakukan spesialisasi dalam hal kegiatan penciptaan suatu produk yang unik dan bernilai karena mereka menginginkan mempunyai keunggulan untuk melakukannya. Mereka berspesialisasi, yaitu mengkonsentrasikan sumber daya pada produksi sejumlah kecil komoditas dalam kegiatan di mana mereka mungkin bisa mendapatkan keuntungan terbesar dari spesialisasi (Todaro and Smith, 2020; Purba, Purba, et al., 2021).

Disamping keunggulan komparatif dan spesialisasi, konsep lain dalam perdagangan internasional adalah keunggulan absolut. Keunggulan absolut adalah produksi suatu komoditas dengan sejumlah sumber daya riil yang sama seperti produsen lain tetapi dengan biaya unit absolut yang lebih rendah. Contoh, Jerman mungkin mampu memproduksi kamera, mobil, sepeda motor dan produk pertanian dengan biaya unit absolut yang lebih rendah dari Kenya. Tetapi karena perbedaan biaya komoditas antara kedua negara ini lebih besar untuk barang manufaktur ketimbang produk pertanian, maka akan lebih menguntungkan bagi Jerman untuk berspesialisasi dalam memproduksi barang manufaktur dan memperdagangkannya dan membeli produk pertanian dari Kenya (Todaro and Smith, 2020; Purba, Purba, et al., 2021).

Jadi, walaupun Jerman memiliki keunggulan absolut (*absolute advantage*) dalam biaya kedua komoditas tersebut, tetapi keunggulan biaya komparatifnya terletak pada barang-barang manufaktur. Sebaliknya, Kenya mungkin tidak memiliki keunggulan secara absolut dibandingkan dengan Jerman dalam produk manufaktur dan pertanian dalam arti bahwa biaya produksi unit absolutnya lebih tinggi bagi kedua jenis produk tersebut. Tetapi Kenya dapat terlibat dalam perdagangan yang menguntungkan karena memiliki keunggulan komparatif dalam spesialisasi produk pertanian. Fenomena perbedaan keunggulan komparatif inilah yang memicu perdagangan yang saling bermanfaat bahkan bagi mitra dagang yang paling timpang (Todaro and Smith, 2020; Purba, Purba, et al., 2021).

Menurut Todaro and Smith (2011), jawaban teoritis atas kelima pertanyaan dasar mengenai perdagangan internasional dan pembangunan yang berasal dari model perdagangan neo-klasik.

Perdagangan dilakukan di suatu negara untuk merangsang ada pertumbuhan ekonomi. Dengan adanya aktivitas perdagangan memberikan kontribusi yang besar dalam hal meningkatkan konsumsi suatu negara dan output di dunia, serta

mempermudah untuk mendapatkan akses akan sumber daya yang langka di pasar dunia. Maka dari itu, jika perdagangan tidak dilakukan akan memberikan dampak yang negatif terhadap negara miskin, di mana tidak akan mengalami pertumbuhan. Perdagangan cenderung mendorong kesetaraan internasional dan domestik dengan cara menyamakan harga untuk produk yang diperjualbelikan, meningkatkan pendapatan riil negara-negara yang berdagang, serta cara pemanfaatan sumber daya di dunia dapat dilakukan secara efisien.

Dengan adanya perdagangan akan membantu untuk pembangunan melalui promosi produk dari negara yang memproduksi sehingga memberikan manfaat bagi sektor ekonomi di mana negara individu yang memiliki keunggulan komparatif. Manfaat lainnya yaitu efisiensi tenaga kerja atau anugerah faktor dan mengambil keuntungan dari adanya skala ekonomis

Dalam dunia perdagangan bebas, harga dan biaya produksi internasional akan menentukan seberapa banyak suatu negara sebaiknya melakukan perdagangan dalam rangka memaksimalkan kesejahteraan nasionalnya. Setiap negara akan bertindak sesuai dengan prinsip keunggulan komparatif dan tidak akan mengganggu mekanisme pasar bebas melalui kebijaksanaan pemerintah yang mendorong ekspor atau membatasi impor.

Terakhir, diperlukan kebijakan internasional dalam meningkatkan pertumbuhan dan pembangunan ekonomi di suatu negara. Dalam semua kasus, kemandirian yang didasarkan pada isolasi sebagian atau menyeluruh dianggap kurang baik secara ekonomi untuk berpartisipasi dalam dunia perdagangan bebas tanpa batas (Todaro and Smith, 2020; Purba, Purba, et al., 2021).

## 9.6 Manfaat Perdagangan Internasional

### 9.6.1 Manfaat Langsung

Dari perdagangan internasional, pihak-pihak yang berkepentingan mendapatkan keuntungan, begitu juga negara memperoleh keuntungan sehingga pendapatan nasionalnya akan membaik. Dilihat dari meningkatnya jumlah barang/jasa dan laju pertumbuhan ekonomi di negara tersebut akan mengalami perubahan yang positif seperti pembangunan ekonomi sehingga lingkaran setan kemiskinan dapat mengalami penurunan.

Pasar domestik di negara berkembang kecenderungannya kecil. Dengan kondisi ini mengakibatkan penyerapan untuk output di pasar domestik tidak dapat dilakukan dengan maksimal, sehingga dorongan untuk berinvestasi juga akan mengalami penurunan. Bukan hanya investasi saja yang memengaruhi, pendapatan per kapita dan daya beli juga berkontribusi memberikan pengaruh terjadinya pasar yang semakin kecil. Untuk itu, diperlukan perdagangan internasional agar memperluas pasar untuk barang/jasa yang dihasilkan suatu negara dan merangsang adanya kegiatan investasi, pendapatan dan tabungan melalui alokasi sumber daya dengan lebih efisien. Tambahan lagi, beberapa negara berkembang mengkhususkan diri memproduksi satu atau dua komoditi bahan makanan. Jika mereka melakukan upaya ekspor, maka upaya-upaya tersebut cenderung memperluas pasar (Todaro and Smith, 2020; Purba, Purba, et al., 2021).

Dengan sumber yang ada dapat digunakan secara produktif dan dialokasikan secara efisien berdasarkan fungsi produksi tertentu. Hal ini menjadi alasan mengapa kegiatan perdagangan internasional memberikan keuntungan yang besar, seperti yang dikemukakan oleh J. S. Mill. Menurut Hicks dalam Jhingan (2016), memperluas pasar menghasilkan sejumlah keuntungan baik secara internal dan eksternal dan karenanya mengurangi biaya produksi. Dengan adanya Perdagangan internasional dapat mengalihkan dari sektor pangan ke sektor uang (Purba, Purba, et al., 2021).

### 9.6.2 Manfaat Tidak Langsung

Mill menjelaskan bahwa dengan adanya perdagangan luar negeri dapat memberikan manfaat yang dinamis secara tidak langsung akan timbul di negara yang hubungan baik penerima maupun yang memproduksi. Hal ini dilihat dari terdapatnya perluasan pasar serta spesialisasi produk yang ditawarkan. Dengan adanya perdagangan internasional memberikan dorongan kepada pelaku industri dalam menggunakan mesin dalam proses produksi juga mengembangkan metode kerja yang lebih efektif dan efisien serta mendorong adanya penemuan dan pembaharuan, secara tidak langsung perdagangan internasional juga mampu menurunkan biaya suatu produk, yang nantinya akan mengarah pada pembangunan di sektor ekonomi.

Kegiatan perdagangan ke luar negeri juga berkontribusi dalam hal memperkenalkan tentang produk yang berbeda dan menarik dari negara yang memproduksi. Hal ini akan mendorong agar konsumen menyimpang uangnya agar dapat membeli produk impor tersebut sesuai dengan kebutuhan dan

keinginan. Dengan demikian kegiatan ini akan menghimpun modal bagi kepuasan atas keinginan baru, mengembangkan kemampuan teknis, serta bakat manajer untuk kewiraswastaan. Akhirnya, dengan adanya kegiatan itu akan memberikan dorongan persaingan antar pelaku bisnis secara sehatI dan mencegah terjadinya monopoli (Purba, Purba, et al., 2021).

# **Bab 10**

## **Pembangunan Pertanian**

### **10.1 Pendahuluan**

Pembangunan merupakan suatu proses perubahan di segala bidang kehidupan yang dilakukan secara sengaja berdasarkan suatu rencana tertentu. Pembangunan adalah suatu proses perencanaan sosial yang dilakukan oleh birokrat perencana pembangunan untuk membuat perubahan sosial yang akhirnya dapat mendatangkan peningkatan kesejahteraan bagi masyarakatnya. Ukuran pencapaian hasil pembangunan, salah satunya menurut Arief Budiman dalam Salim (2002), adalah memperhitungkan kerusakan lingkungan hidup. Produktivitas yang tinggi berada pada proses pemiskinan penduduknya jika tidak memperdulikan dampak terhadap lingkungan. Pabrik-pabrik memang berhasil meningkatkan pendapatan masyarakat, tetapi juga menghasilkan limbah kimia yang merusak alam sekitarnya. Pembangunan ternyata tidak memiliki daya kelestarian yang memadai, akibatnya pembangunan dapat dinilai tidak berkelanjutan (unsustainable).

Pembangunan yang berwawasan lingkungan dilakukan secara berkesinambungan serta berkelanjutan dengan jalan mengoptimalkan manfaat sumber daya alam pada satu pihak dan sumber daya manusia pada pihak lain (Jamaluddin, 2016). Dengan demikian, proses pembangunan diharapkan benar-benar menjunjung tinggi dimensi keadilan, pemerataan dan kemanusiaan demi

meningkatkan kemandirian, harkat, martabat dan kesejahteraan bagi seluruh rakyat Indonesia.

Menurut Bank Dunia, jumlah penduduk dunia pada tahun 2010 sudah melebihi 6,8 milyar jiwa. Jumlah penduduk dunia yang kian membengkak ini harus didukung oleh sektor pertanian, agar mereka bisa hidup dan produktif bekerja. Produksi pertanian nyaris menyediakan seluruh kebutuhan tubuh manusia untuk produktif bekerja. Kepadatan penduduk lazim disebut ledakan penduduk, hasil sensus penduduk (SP2020) pada September 2020 sebesar 270,20 juta jiwa. Jumlah ini bertambah 32,56 juta jiwa dibanding hasil SP2010. Pertambahan penduduk yang tak terkendali justru merupakan rentetan masalah besar atau bom waktu yang membentuk sistem lingkungan, apalagi perkembangannya tidak ditata secara terencana maka pada saatnya akan terjadi suatu masa krisis.

Sektor pertanian yang merupakan dasar bagi kelangsungan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan diharapkan mampu memberikan pemecahan permasalahan bagi bangsa ini, karena sektor pertanian menurut Dillon dalam Husodo, dkk (2009) mempunyai empat fungsi yang sangat fundamental bagi kelangsungan suatu bangsa, yaitu (1) mencukupi pangan dalam negeri, (2) penyediaan lapangan kerja dan berusaha, (3) penyediaan bahan baku untuk industri, serta (4) sebagai penghasil devisa bagi negara. Pembangunan pertanian sejatinya memperhatikan aspek keberlanjutan ditengah apa yang menghantui kita yakni ledakan penduduk, mempertahankan apa yang disebut ketahanan pangan sebagai konsekuensi negeri agraris terbesar sambil berkelindang melaksanakan modernisasi pertanian. Seluruh elemen khususnya pemangku kebijakan, mesti menghadirkan pertanian sebagai ruh bangsa.

## 10.2 Pertanian Berkelanjutan

Kata keberlanjutan sekarang ini digunakan secara meluas dalam lingkup program pembangunan. Keberlanjutan dapat diartikan sebagai menjaga agar suatu upaya terus berlangsung, kemampuan untuk bertahan dan menjaga agar tidak merosot. Dalam konteks pertanian keberlanjutan pada dasarnya berarti kemampuan untuk tetap produktif sekaligus tetap mempertahankan basis sumber daya (Reijntjes, Haverkort, dan Bayer, 1999).



**Gambar 10.1:** Pertanian Berkelanjutan Abad-21

Namun demikian, banyak orang menggunakan definisi yang lebih luas dan menilai pertanian bisa dikatakan pertanian berkelanjutan, Gips (1986) dalam Reijntjes, Haverkort, dan Bayer (1999) jika mencakup hal-hal berikut ini:

(1) Mantap secara ekologis, yang berarti bahwa kualitas SDA dipertahankan dan kemampuan agroekosistem secara keseluruhan ditingkatkan, (2) Bisa berlanjut secara ekonomis, yang berarti petani bisa cukup menghasilkan untuk pemenuhan kebutuhan dan atau pendapatan sendiri serta mendapatkan penghasilan yang mengembalikan tenaga dan biaya yang dikeluarkan, (3) Adil, yang berarti bahwa sumber daya dan kekuasaan didistribusikan sedemikian rupa sehingga kebutuhan dasar semua anggota masyarakat terpenuhi dan hak-hak mereka dalam penggunaan lahan, modal yang memadai, bantuan teknis serta peluang pemasaran terjamin, (4) Manusiawi, yang berarti bahwa semua bentuk kehidupan dihargai, serta (5) Luwes, yang berarti bahwa masyarakat perdesaan mampu menyesuaikan diri dengan perubahan kondisi usahatani yang berlangsung terus menerus.

Pertanian berkelanjutan (sustainable agriculture) merupakan implementasi dari konsep pembangunan berkelanjutan (sustainable development) pada sektor pertanian. Pembangunan berkelanjutan adalah upaya manusia untuk memperbaiki mutu kehidupan dengan tetap berusaha tidak melampaui ekosistem pendukung kehidupannya. Pembangunan berkelanjutan memiliki tiga pilar utama yang saling berkesinambungan, (1) pertumbuhan ekonomi, yakni menjaga pertumbuhan ekonomi yang stabil, menata kembali sistem produksi untuk menghemat sumber daya dan energi, (2) keberlanjutan sosial,

yakni menjamin keadilan sosial dalam distribusi kekayaan dan pelayanan sosial, serta (3) keberlanjutan lingkungan, yakni menjaga lingkungan tempat tinggal agar aman dan nyaman melalui zero emission.

Pencemaran yang kini dirasakan berbarengan erat dengan teknologi mekanisme, industrialisasi, serta pola-pola hidup yang mewah dan konsumtif. Timbulnya pencemaran tentu erat kaitannya dengan berbagai aktivitas manusia, antara lain; kegiatan-kegiatan industrial, kegiatan pertambangan, transportasi, serta kegiatan pertanian. Rusaknya tata lingkungan alami merupakan dampak dari tingkah laku manusia dalam mengeksploitasi dan menggunakan sumber-sumber daya alam secara tidak seimbang (*over stress*). Masalah lingkungan tidak saja terbatas pada masalah biofisik, tetapi juga pada lingkungan sosial (ekosistem sosial), berupa bergesernya sistem nilai seperti kegotong-royongan, etika serta nilai-nilai budaya lainnya. Pembangunan berwawasan lingkungan pada dasarnya adalah suatu upaya pembangunan yang berjalan berkesinambungan atau pembangunan berkelanjutan. Pembangunan berkelanjutan melakukan pembangunan untuk memenuhi kebutuhan saat ini tanpa mengorbankan kebutuhan untuk generasi di masa mendatang dengan menitikberatkan pada daya dukung lingkungan, pencapaian keadilan sosial, berkelanjutan ekonomi dan sosial.

Menurut Solahuddin (2008) dalam Yogi dan Ratnaningtyas (2012) tantangan pertanian masa kini dan masa yang akan datang adalah sebagai berikut; (1) transformasi struktural, sektor pertanian ditantang melakukan transformasi struktural menjadi pertanian modern yang berorientasi agribisnis, (2) migrasi sektoral dan spasial, sektor pertanian ditantang untuk memperlambat migrasi sektoral dari pertanian ke sektor industri dan jasa, serta migrasi spasial dari desa ke kota, (3) pemenuhan kebutuhan pangan, sektor pertanian ditantang untuk meningkatkan produksi untuk memenuhi kebutuhan pangan sehingga tercipta swasembada pangan, (4) pemilikan lahan yang sempit, sektor pertanian ditantang untuk mengurangi pemilikan lahan yang sempit karena tidak memungkinkan tercapainya usahatani yang efisien, (5) kebutuhan investasi dan permodalan, sektor pertanian ditantang untuk menyediakan kebutuhan investasi dan permodalan, (6) pemanfaatan IPTEK, sektor pertanian ditantang untuk bisa memanfaatkan teknologi pertanian yang mutakhir termasuk bioteknologi, (7) pengembangan SDM pertanian, sektor pertanian ditantang untuk meningkatkan kualitas sumberdaya manusianya, saat ini sektor pertanian umumnya rendah tingkat pendidikannya, (8) pengembangan diversifikasi pertanian, sektor pertanian ditantang untuk melakukan diversifikasi pertanian, dilaksanakan secara paralel dengan tetap mengupayakan trend produksinya, (9) kerusakan



lingkungan, sektor pertanian ditantang untuk tidak merusak lingkungan dalam pengembangannya.

## 10.3 Ketahanan Pangan

Keberhasilan pembangunan di sektor pertanian di suatu negara harus tercermin oleh kemampuan negara tersebut dalam swasembada pangan atau paling tidak ketahanan pangan. Di Indonesia ketahanan pangan merupakan salah satu topik yang sangat penting, bukan saja dilihat dari nilai ekonomi dan sosial, tetapi masalah ini mengandung konsekuensi politik yang sangat besar. Dapat dibayangkan apa yang akan terjadi terhadap kelangsungan suatu kabinet pemerintah atau stabilitas politik di dalam negeri apabila Indonesia terancam kekurangan pangan atau kelaparan.

Konsep ketahanan pangan yang dianut Indonesia dapat dilihat dari UU No.7 Tahun 1996 tentang pangan. Pasal 1 ayat 17 yang menyebutkan bahwa „Ketahanan pangan adalah kondisi terpenuhinya pangan rumah tangga (RT) yang tercermin dari tersedianya pangan yang cukup, baik jumlah maupun mutunya, aman, merata, dan terjangkau“. UU ini sejalan dengan definisi ketahanan pangan menurut WHO tahun 1992, yakni akses setiap RT atau individu untuk dapat memperoleh pangan pada setiap waktu untuk keperluan hidup.

Tidak ada orang yang bisa mengetahui persis berapa banyak pangan yang dibutuhkan Indonesia di tahun-tahun mendatang, apalagi untuk periode jangka panjang. Oleh karena itu orang hanya bisa memprediksi dan risiko kesalahan prediksi selalu ada. Prediksi yang dibuat bisa lebih besar atau lebih kecil daripada kenyataannya. Ada sejumlah faktor penentu yang juga harus diprediksi terlebih dahulu seperti pertumbuhan penduduk, peningkatan pendapatan riil rata-rata per kapita, ketersediaan atau perubahan lahan, dan yang sangat penting adalah perubahan pola konsumsi masyarakat sejalan dengan kenaikan pendapatan.

Husodo (2002) dalam Tambunan (2010) memprediksi bahwa kebutuhan pangan rata-rata per orang pada awal abad ke-21 mencapai 133 kg, kecuali beras, rata-rata konsumsi pangan pokok masyarakat Indonesia seperti jagung, ikan, ayam, daging sapi dan lain-lain, telur, susu, kedelai, buah-buahan dan sayur-sayuran per kapita per tahun masih rendah. Namun dengan meningkatnya

pendidikan, pengetahuan mengenai gizi dan kesejahteraan masyarakat, ditambah dengan pertumbuhan penduduk setiap tahun, konsumsi masyarakat Indonesia terhadap produk-produk pangan tersebut sangat berpotensi meningkat. Perkiraan jangka panjang yang menunjukkan bahwa kebutuhan terhadap produk pangan non beras tahun 2035 akan lebih besar dibandingkan tahun 2001. Diperkirakan konsumsi beras rata-rata per kapita tahun 2035 sebesar 90 kg, yang berarti suatu penurunan yang cukup besar jika dibandingkan tahun 2001. Namun dengan perkiraan laju pertumbuhan penduduk rata-rata per tahun tetap positif, maka kebutuhan nasional untuk beras tetap besar pada tahun 2035 diperkirakan sebanyak 36 juta ton. Konsekuensinya, kenaikan itu akan menuntut peningkatan penyediaan produk pangan yang amat besar, sehingga apabila tidak terpenuhi oleh produksi dalam negeri dengan sendirinya akan meningkatkan ketergantungan Indonesia terhadap impor.

Pada prinsipnya impor suatu produk terjadi karena tiga alasan, (1) produksi dalam negeri terbatas sedangkan permintaan domestik tinggi, jadi impor hanya pelengkap, (2) impor lebih murah dibandingkan dengan harga dari harga produk sendiri, yang dikarenakan berbagai faktor seperti ekonomi biaya tinggi atau tingkat efisiensi yang rendah dalam produksi dalam negeri atau kualitas produk impor lebih baik dengan dengan harga yang relatif sama, (3) dilihat dari segi neraca perdagangan atau neraca pembayaran, impor lebih menguntungkan karena produksi dalam negeri bisa untuk ekspor dengan asumsi harga ekspor di pasar luar negeri lebih tinggi daripada harga impor yang harus dibayar.



**Gambar 10.2:** Mentan SYL meninjau Expose Inovasi Buah Tropika  
(9/4/2021)

Ironis bahwa Indonesia sebagai negara agraris terbesar mengalami masalah ketahanan pangan. Indonesia saat ini mengalami 2 bentuk krisis pangan, yakni krisis pangan secara berkala dan kronis. Krisis pangan berkala terjadi karena adanya bencana alam, konflik sosial, fluktuasi harga dan lain-lain. Sedangkan jenis krisis pangan kronis adalah krisis yang terjadi secara berulang-ulang dan terus-menerus. Krisis ini ditengarai adanya akses terbatas terhadap persediaan pangan disertai harga pangan yang melambung tinggi. Mengapa krisis pangan juga melanda sebuah negara agraris besar? Untuk menjawabnya perlu diketahui dahulu apa saja faktor determinan utama ketahanan pangan. Yustika (2008) dalam Tambunan (2010), menjelaskan bahwa kaitan ketahanan pangan, pembicaraan harus dikaitkan dengan masalah pembangunan perdesaan dan sektor pertanian. Ketahanan pangan sangat ditentukan oleh sejumlah faktor berikut; yaitu lahan, infrastruktur, teknologi, keahlian dan wawasan, energi, dana, lingkungan fisik atau iklim, relasi kerja serta ketersediaan input lainnya.

## 10.4 Modernisasi Pertanian

Modernisasi pertanian adalah suatu tingkatan dalam difusi dan penggunaan inovasi pertanian yang dicapai oleh rumahtangga tani atau komunitas padi sawah yang meliputi penggunaan; (1) teknik pengairan/irigasi teknik, (2) traktor mini, (3) bibit unggul atau VUTW, (4) pupuk, (5) pestisida, (6) sabit dan (7) penggilingan padi (Abustam (1989) dalam Amruddin, 2001).



**Gambar 10.3:** Penggunaan Teknologi dalam Pertanian

Modernisasi pertanian dapat dilihat pada penggunaan budidaya yang lebih baik dan efektif, penerapan alat mesin pertanian (alsintan) dengan teknologi tepat guna, penggunaan benih unggul, penggunaan SDM pertanian yang lebih berkualitas serta efisiensi penggunaan SDA sehingga keseimbangan lingkungan tetap terjaga.

Menurut data Kementan (2017), produksi gabah kering giling (GKG) tahun 2015 mencapai 75,55 ton setelah petani menggalakkan penggunaan alsintan, produksi meningkat 4,66 % dibanding tahun sebelumnya sebesar 70,85 juta ton dan pada tahun 2016 lalu produksi GKG mencapai 79 juta ton GKG. Tahun 2017 ini produksi GKG sebesar 85,5 juta ton atau setara 55,5 juta ton beras sedangkan konsumsi sebesar 32,7 juta sehingga masih terdapat surplus konsumsi yang diharapkan bisa diekspor. Penggunaan alsintan dari mulai olah sawah, penanaman, pembersihan gulma, pemupukan sampai pemanenan menggunakan combine harvester dapat meningkatkan efisiensi biaya antara 30%-40%.

Penggunaan teknologi pertanian di perdesaan tidak bersifat netral skala atau tidak tepat guna baik bagi petani luas maupun petani sempit. Luas penguasaan tanah berhubungan amat sangat erat dengan intensitas penggunaan teknologi. Perubahan penguasaan tanah terjadi stratifikasi sosial sebaliknya dalam hal kepemilikan tanah mengambil bentuk polarisasi sosial. Modernisasi pertanian berupa penggunaan teknologi pertanian baik teknologi kimiawi-biologis maupun teknologi mekanis menyebabkan perubahan pola pemilikan dan penguasaan tanah, hubungan kerja pertanian, peluang usaha di luar sektor pertanian serta pola interaksi dan simbol status (Amruddin, 2001).

Kenapa petani di Indonesia selalu miskin, atau kenapa tingkat kemiskinan di pertanian lebih tinggi dibandingkan di sektor-sektor ekonomi lainnya, walaupun berbagai upaya selama ini telah dilakukan oleh pemerintah, mulai dari revolusi hijau, perbaikan teknologi, kebijakan harga sebagaimana diatur dalam Impres Perberasan, kebijakan perkreditan, pembangunan infrastruktur pedesaan, pembangunan perdesaan lewat Impres Desa Tertinggal (IDT) dan banyak lagi.

Salah satu penyebabnya adalah transformasi struktural yang massif yang dialami oleh perekonomian Indonesia sejak awal periode orde baru dari sebuah ekonomi di mana sektor pertanian mempunyai suatu peran dominan di dalam PDB ke sebuah ekonomi di mana kontribusi output dari sektor ini terhadap pembentukan PDB semakin lemah. Penyebab kedua, adalah ketimpangan dalam distribusi lahan. Data BPS menunjukkan bahwa petani gurem naik dari 40,8 % tahun 1983 menjadi 54,6 % pada tahun 2003. Hasil sensus 2013

menunjukkan RT petani gurem sebanyak 2.298.193 RT atau turun 34,37 % dari tahun 2003. Hal ini diperburuk oleh semakin banyaknya areal pertanian yang berganti fungsi menjadi kegiatan-kegiatan nonpertanian. Kondisi ini tentu sangat tidak memungkinkan petani untuk bisa meningkatkan produktivitasnya, yang berarti juga tidak bisa menaikkan pendapatannya.

Karena sebagian besar petani di Indonesia miskin maka tidak mengherankan jika banyak petani memiliki dua pekerjaan, yakni pekerjaan tetap sebagai buruh tani atau pekerjaan sambilan sebagai petani penggarap, atau sebagai pemilik warung, bengkel sepeda, buruh bangunan, satpam perumahan, penjual sayur keliling (pagandeng) dan atau pekerjaan musiman selama periode antara musim tanam dan musim panen.

Pembangunan seperti halnya dua sisi mata uang hadir menampilkan sisi manfaat dan risiko, dampak positif dan negatif. Hasil pembangunan yang terpenting adalah tumbuhnya aspirasi baru mengenai kesejahteraan hidup penduduk. Pembangunan pertanian berkelanjutan bermakna meningkatkan kesejahteraan masa kini, tanpa mengurangi kemampuan generasi masa depan mengolah sumber daya. Ketahanan pangan, dengan menjamin tersedianya pangan yang cukup, secara kuantitas dan kualitas, aman, merata dan terjangkau, menjadi pelecut pelaksana dan atau perencana pembangunan sebagai negara agraris dengan salah satunya, memaksimalkan modernisasi pertanian. Kunci utama keberhasilan pembangunan pertanian adalah kepedulian terhadap hidup dan kehidupan petani (petani kecil) secara konsisten dan transparan.



# Daftar Pustaka

- Amir, M. T., (2005). *Dinamika Pemasaran, Jelajahi dan Rasakan!.* Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Amruddin (2001). *Pengaruh Modernisasi Pertanian terhadap Perubahan Sosial di Pedesaan (Studi Kasus di Desa Bontobiraeng Kabupaten Gowa).* Tesis Pascasarjana UNM. Makassar.
- Andayani, T. K. (2012) “Pengantar Ekonomi Pertanian: Fundamental Ekonomi dan Sistem Perekonomian,” p. 71.
- Anindita, R. and Pudjiastuti, Agnes, Q. (2016) “Konsep Dasar Ekonomi Pertanian,” Modul 1 Universitas Terbuka, pp. 1–26.
- Anwarudin, O. (2021) *Regenerasi Petani melalui Transformasi Agropreneur Muda*, Disertasi, Institut Pertanian Bogor.
- Anwarudin, O., Sumardjo, S., Satria A., dan Fatchiya, A. (2020a) ‘Kapasitas kewirausahaan petani muda dalam agribisnis di Jawa Barat’, *Jurnal Penyuluhan*, 16(2), hal. 267-276.
- Anwarudin, O., Sumardjo, S., Satria, A., dan Fatchiya, A. (2020b) ‘Proses dan pendekatan regenerasi petani melalui multistrategi di Indonesia’, *Jurnal Pengkajian dan Pengembangan Pertanian*, 39(2), hal. 73-85.
- Arianty, N., (2013). *Analisis Perbedaan Pasar Modern dan Pasar Tradisional Ditinjau Dari Strategi Tata Letak (Lay Out) dan Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Posisi Tawar Pasar Tradisional.* *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 13(1), pp. 18-29.
- Bakar, M. H. A. (2003) “Apa Itu Ekonomi Pertanian,” pp. 1–23.
- Basmar, E., Purba, B., Damanik, D., et al. (2021) *Ekonomi Bisnis Indonesia. Yayasan Kita Menulis.*

- Basmar, E., Purba, B., Nugraha, N. A., et al. (2021) *Perekonomian dan Bisnis Indonesia*. Yayasan Kita Menulis.
- Candora. (2013) “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pengrajin Batik Kayu (Kasus pada Sentra Industri Kerajinan Batik Kayu di Dusun Kreet, Desa Sendangsari, Kecamatan Pajangan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta tahun 2013),” Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta, <http://e-journal.uajy.ac.id/4850/>.
- Cecilia, R. A., Wiyono, S. N., Saidah, Z., & Pardian, P. (2021). Struktur Biaya Produksi Usahatani Paprika dengan Teknik Pengairan Irigasi Tetes. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 1363-1376.
- Charina, A. (2016) ‘Strategi pengembangan kelembagaan kelompok tani pengolah rosela dalam menghadapi pasar bebas’, *Social Economic of Agriculture*, 5(1), pp. 8-18.
- Dabukke, F. B. & Iqbal, M., (2014). Kebijakan Pengembangan Pertanian Thailand, India, dan Jepang Serta Implikasinya Bagi Indonesia. *Jurnal Analisis Kebijakan Pertanian*, 12(2), pp. 87-101.
- Damanik, D., Nainggolan, L. E., et al. (2021) *Ekonomi Manajerial*. Yayasan Kita Menulis.
- Damanik, D., Panjaitan, P. D., et al. (2021) *Sistem Ekonomi Indonesia*. Yayasan Kita Menulis.
- Damayanti, M. L. (2020) “Teori Produksi,” Artikel, Sidoarjo: Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Hal: 1-15. <http://eprints.umsida.ac.id/6985/>
- Daniel, Mohar. (2004). *Pengantar Ekonomi pertanian*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Ekananda, M. (2018) ‘Ekonomi Internasional’.
- Farid, M. et al. (2014) “Analisis kebijakan harga pada komoditas pertanian,” Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, p. 56. Available at: [http://bppp.kemendag.go.id/media\\_content/2017/08/Analisis\\_Kebijakan\\_Harga\\_Pada\\_Komoditas\\_Pertanian.pdf](http://bppp.kemendag.go.id/media_content/2017/08/Analisis_Kebijakan_Harga_Pada_Komoditas_Pertanian.pdf).
- Faried, A. I. et al. (2021) *Sosiologi Ekonomi*. Yayasan Kita Menulis.
- Fatah, L., (2007). *Dinamika Pembangunan Pertanian dan Pedesaan*. Kedua ed. Banjarmasin: Pustaka Buana.



- Firdaus, M. (2010). *Manajemen Agribisnis*. Jakarta. Bumi Aksara.
- Gitosudarno, Indriyo. (2000). *Manajemen Produksi*. Yogyakarta BPFE-Yogyakarta.
- Goenadhi, L. dan Nobaiti. (2017) “Pengantar Ekonomi Mikro,” Banjarbaru: Scripta Cendekia.
- Hakim, A. (2018). Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Pendapatan Petani Mandiri Kelapa Sawit di Kecamatan Segah. *Jurnal Ekonomi STIEP* , 32-38.
- Hanafie, R. (2010). *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Harniati, H., dan Anwarudin, O. (2018) ‘Strategy to improve the performance of farmer economic institution in agribusiness at Sukabumi, Indonesia’, *International Journal of Recent Scientific Research (IJRSR)*, 9(1), pp. 24712-24718.
- Haryanto, T. (2009). *Ekonomi Pertanian*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Haryanto, Tri, dkk. (2009.) *Ekonomika Pertanian*. Surabaya. Airlangga University Press.
- Haryanto, Tri. dkk. (2009). *Ekonomi Pertanian*. Surabaya: LP3UNAIR.
- Hasanah, N.N dan L.N.Q Irwan. (2019) “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produksi Pertanian Sawah Kelompok Tani “ANGSANA MEKAR” Desa Cihayu, Kabupaten Tasikmalaya,” Skripsi, Bandung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas, <http://repository.unpas.ac.id/43670/>.
- Hidayati, S., (2019). *Teori Ekonomi Mikro*. Pamulang, Tangerang Selatan: Unpam Press.
- Husodo, Siswono Yudo, dkk (2009). *Pertanian Mandiri : Pandangan Strategis para Pakar untuk Kemajuan Pertanian Indonesia*. Penerbit Penebar Swadaya. Jakarta.
- Indriani, E., Hartawan, dan Wulandari, A. (2020) *Dana Amanah Pemberdayaan Masyarakat: Inklusi Keuangan dengan Pendekatan Ekonomi Kelembagaan*, Yogyakarta: Deepublish.
- Jamaluddin, A. N (2016). *Sosiologi Pembangunan*. Penerbit CV. Pustaka Setia. Bandung.

- Jhingan, M. L. (2011) *The economics of development and planning*. Vrinda Publications.
- Jhingan, M. L. (2016) 'Ekonomi pembangunan dan perencanaan'.
- Kasali, R., (1998). *Membidik Pasar Indonesia : Segmentasi, Targeting, dan Positioning*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kasmir, (2009). *Kewirausahaan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kementerian Pertanian (2012) *Petunjuk Pelaksanaan Pengembangan Kelembagaan Ekonomi Petani*. Jakarta: Pusat Penyuluhan Pertanian Badan Pengembangan SDM Pertanian.
- Kementerian Pertanian (2018) *Peraturan Menteri Pertanian Nomor 18/PERMENTAN/RC.040/4/2018 tentang Pedoman Pengembangan Kawasan Pertanian Berbasis Korporasi Petani*.
- Kottler, Philip. (1997). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. PT. Prenhallindo.
- Kurniawan, C. (2020) "Sistem Prediksi Penjualan Pomade di UD. POMADE GRESIK Dengan Metode Single Moving Average," Skripsi. Gresik: Universitas Muhammadiyah Gresik.
- Lee, V. P. and O'Brien, G. (1931) *Agricultural Economics*, *The Journal of Land & Public Utility Economics*. doi: 10.2307/3139062.
- Ma'ruf, H., (2005). *Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Mankiw, N. G., (2006). *Principles of Economics; Pengantar Ekonomi Mikro*. 3 ed. Jakarta: Salemba Empat.
- Marit, E. L. et al. (2021) *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Yayasan Kita Menulis.
- Mayrowani, H., (2012). *Pembangunan Pertanian Pada Era Otonomi Daerah: Kebijakan dan Implementasi*. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 30(1), pp. 31-47.
- Mosher, AT. (1965). *Membangun dan Menggerakkan Pertanian*. Jakarta: CV. Yasaguna.
- Mubyarto. (1989). *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta: LP3S.
- Mubyarto. (1995). *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta. LP3ES
- Nainggolan, L. E. et al. (2021) *Ekonomi Sumber Daya Manusia*. Yayasan Kita Menulis.

- Nasrul, W. (2012) 'Pengembangan kelembagaan pertanian untuk peningkatan kapasitas petani terhadap pembangunan pertanian', *Menara Ilmu*, 3(29), hal. 166-174.
- Nuraini, I. (2016). *Pengantar Ekonomi Mikro*. Malang: UMM Press.
- Nurrofi, K., Murtalaksono, K., dan Hendrayanto. (2017) 'Pengembangan kelembagaan penggunaan lahan di DAS Catur Kabupaten Madiun'. *Tata Loka*, 19(2), hal. 129-141.
- Nuryanti, S. (2020) 'Pemberdayaan petani dengan model cooperative farming', *Analisis Kebijakan Pertanian*, 3(2), hal. 152-158.
- Osburn, D., & Schneeberger, K. C. (1978). *Modern Agricultural Management*. Virginia: Reston Publishing Company, Inc.
- Pertanian, M. et al. (2001) "Pembangunan Sistem Agribisnis Di Indonesia Dan Peranan Public Relation 1) Bungaran Saragih 2)," (April), pp. 1–12.
- Prasetyo, T., dan Setiani (2019) Pengembangan kawasan pertanian padi berbasis korporasi petani di Jawa Tengah. *Seminar Nasional Kesiapan Sumber Daya Pertanian Dan Inovasi Spesifik Lokasi Memasuki Era Industri 4.0*. Bogor: Pusat Perpustakaan dan Penyebaran Teknologi Pertanian, hal. 174-184.
- Pratama, D., Tajidan dan Handoko, B. (2017) 'Analisis luas lahan usahatani untuk memenuhi kebutuhan hidup layak rumah tangga petani padi di Kota Mataram', *Agrimansion*, 18(1), hal. 32-44.
- Purba, B. (2013) 'Analisis Pengaruh Pertumbuhan PDB, Suku Bunga SBI, IHK, Cadangan Devisa, dan Nilai Tukar Rupiah Terhadap Pertumbuhan Jumlah Uang Beredar di Indonesia', *Jurnal Saintech Universitas Negri Medan*, 5(01).
- Purba, B. (2019a) 'Analysis of Human Development Index in the Highlands Region of North Sumatera Province Indonesia', in *Multi-Disciplinary International Conference University of Asahan*.
- Purba, B. (2019b) 'Effects of Economic Agglomeration and Labor Productivity on Income Disparities in the East Coast Region of North Sumatera-Indonesia', in *Multi-Disciplinary International Conference University of Asahan*.

- Purba, B. (2020) 'Analisis Tentang Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Periode Tahun 2009–2018', *Jurnal Humaniora: Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi dan Hukum*, 4(2), pp. 244–255.
- Purba, B. et al. (2020) *Ekonomi Politik: Teori dan Pemikiran*. Yayasan Kita Menulis.
- Purba, B., Albra, W., et al. (2021) *Ekonomi Publik*. Yayasan Kita Menulis.
- Purba, B., Arfandi, S. N., et al. (2021) *Ekonomi Demografi*. Yayasan Kita Menulis.
- R, S. A., & Hiola, K. S. (2017). *Ekonomi Mikro Aplikasi dalam Bidang Agribisnis*. Makassar: CV. Inti Mediatama.
- Rahmadana, M. F. et al. (2021) *Sejarah Pemikiran Ekonomi: Pemikiran dan Perkembangan*. Yayasan Kita Menulis.
- Reitntjes, C., Haverkort, B., dan Bayer, A.W. (1999). *Pertanian Masa Depan : Pengantar untuk Pertanian Berkelanjutan dengan Input Luar Rendah*. Penerbit Kanisius. Yogyakarta.
- Rivai, R. S. and Anugrah, I. S. (2016) "Konsep dan Implementasi Pembangunan Pertanian Berkelanjutan di Indonesia," *Forum penelitian Agro Ekonomi*, 29(1), p. 13. doi: 10.21082/fae.v29n1.2011.13-25.
- Rohim, Abd dan Hastuti, Riah Retno Dwi. (2007). *Ekonomika Pertanian. Pengantar, Teori dan Kasus*. Jakarta. Penebar Swadaya.
- Rudy S, R. & Iwan S, A., (2011). *Konsep dan Implementasi Pembangunan Pertanian Berkelanjutan di Indonesia*. Forum Penelitian Agro Ekonomi, 29(1), pp. 13-15.
- Said, E. Gumbira dan Intan, Harizt. (2001). *Manajemen Agribisnis*. Jakarta. Ghalia.
- Salim, Agus (2002). *Perubahan Sosial : Sketsa Teori dan Refleksi Metodologi Kasus Indonesia*. Penerbit Tiara Wacana. Yogyakarta.
- Salvatore, D. (2018) 'Ekonomi Internasional Edisi 9'.
- Saptenno, M. J., dan Tjiptabudy, J. (2015) *Kelembagaan Pertanian dan Perikanan dalam Rangka Ketahanan Pangan*, Yogyakarta: Deepublish.
- Sari, A. P. et al. (2020) *Ekonomi Kreatif*. Yayasan Kita Menulis.

- Sarwoko, E., (2008). Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional di Wilayah Kabupaten Malang. *Jurnal Modernisasi Ekonomi*, 4(2), pp. 97-115.
- Simanjuntak, P. et al. (2012) “Pengaruh Faktor Sosial Ekonomi Terhadap Pendapatan Petani Pinang,” *Agrium*, 17(2), pp. 103–108.
- Simarmata, M. M. T. et al. (2021) *Ekonomi Sumber Daya Alam*. Yayasan Kita
- Siregar, R. T. et al. (2021) *Ekonomi Industri*. Yayasan Kita Menulis.
- Soekanto S. (2015) *Sosiologi Suatu Pengantar*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Soekartawi (2013) “Teori Ekonomi Produksi Dengan Pokok Bahasan Analisis Cobb-Douglas,” Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Soekartawi. (1995). *Analisis Usahatani*. Jakarta. Universitas Indonesia Press.
- Soekartawi. (2002). *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian*. Jakarta. Rajawali Press.
- Soetrisno, Evita Solihahani, F. A. Z. (2014) *Agribisnis Tembakau Besuki NA-OOGST Tinjauan Ekonomi Pertanian*.
- Sosial, J. et al. (2012) “ekonomi PERTANIAN.”
- Stoner, J., & dkk. (1996). *Manajemen*, Edisi Indonesia. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Sudarman, A. (2004) “Teori Ekonomi Mikro (edisi ke-4),” Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Sudiyono, Armand. (2002). *Pemasaran Pertanian*. Malang. UMM Press.
- Sukirno, S. (2013) “Mikro Ekonomi, Teori Pengantar,” Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Suleman, A. R. et al. (2021) *Perekonomian Indonesia*. Yayasan Kita Menulis.
- Sundari, M. T. (2011). *Analisis Biaya dan Pendapatan Usahatani Wortel di Kabupaten Karanganyar*. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 119-126.
- Suratiyah, Ken. (2006). *Ilmu Usahatani*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Tambunan, T (2010). *Pembangunan Pertanian dan Ketahanan Pangan*. Penerbit Universitas Indonesia. Jakarta.

- Todaro, M. P. and Smith, S. C. (2020) Economic development. Pearson UK.
- Yogi dan Ratnaningtyas, S. (2012). Pengantar Ekonomi Pertanian. Penerbit ITB. Bandung.
- Yogi, & Ratnaningtyas, S. (2020). Pengantar Ekonomi Pertanian. Gramedia.
- Yuwono, T dkk. (2011). Pembangunan Pertanian : Membangun Kedaulatan Pangan. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.
- Zaman, N., Nurlina, N., Simarmata, M. M. T., Permatasari, P., Utomo, B., Amruddin, A., Anwarudin, O., Firdaus, E., Rusdiyana, E., dan Zulfiyana, V. (2021) Manajemen Usahatani, Medan: Yayasan Kita Menulis.

# Biodata Penulis



**Megawati Citra Alam** yang akrab dipanggil dengan Mega atau Citra tercatat sebagai dosen aktif di Fakultas Pertanian Universitas Mayjen Sungkono mulai tahun 2018. Selain mengajar, penulis aktif dalam penulisan jurnal nasional maupun internasional. Selain itu, ia terlibat aktif dalam kegiatan organisasi dan pemberdayaan masyarakat. Saat ini, menjabat sebagai Ketua Program Studi Agribisnis dan sedang menempuh Pendidikan Doktor di Universitas Brawijaya.



**Mardia, SP.,MSi.** lahir di Ujung Pandang 19 Agustus 1974, Saya anak pertama dari 10 bersaudara. Menikah dengan Chairulsyah, SE,Ak,MSi. Beliau bekerja di Unhas sebagai staf fakultas MIPA . Jenjang S1 di Universitas Muslim Indonesia ( UMI) Makassar Fakultas Pertanian (Agronomi) masuk 1993 selesai September 1998. Pendidikan S2 di UNHAS Tahun 2000-2 maret 2002. Dengan mengambil jurusan Manajemen Agribisnis. Mengajar di Universitas Indonesia Timur . Kemudian lanjut S3 di Unhas sementara lanjut ke hasil disertasi. Karya ilmiah dan jurnal yang telah diterbitkan sebagai berikut : Pendekatan Perspektif Weber terhadap Tindakan Rasionalisme Pembuatan Perahu Pinisi, The influence of marketing volume and marketing channel on fresh tiger shrimp marketing margin, dan jurnal internasional dengan judul The Agribusiness Model of Natural Silk System in Soppeng Regency. Ada beberapa buku yang telah diterbitkan dan ber- ISBN antara lain : Politik Ekologi , Teori-Teori Sosial ( Klasik Dan Modern ) , Analisis Usahatani, Dasar-Dasar Agribisnis., Kewirausahaan dan Bisnis, Sistem Perekonomian Indonesia,

Manajemen Pemasaran Perusahaan, Dasar-Dasar Pemasaran , Sistem Informasi Akuntansi , Bisnis, Studi Kelayakan Bisnis dan Kewirausahaan , Buku Kewirausahaan, Buku Manajemen Rantai Pasok, Buku Manajemen Logistik , Pengantar Manajemen Resiko, Buku Strategi Pemasaran dan Buku Manajemen Aset dan Pengadaan.



Penulis dilahirkan di Majalengka, Jawa Barat pada tahun 1979, putra dari Bapak Samhari dan Ibu Eti Fatmawati. Penulis menyelesaikan studi S-1 di Fakultas Peternakan, Universitas Gadjah Mada (UGM) pada tahun 2003. Penulis menyelesaikan S-2 di Program Studi Penyuluhan dan Pengembangan Masyarakat, Sekolah Pascasarjana Universitas Sebelas Maret (UNS) Surakarta dan lulus pada tahun 2009. Penulis melanjutkan studi S-3 pada Program Studi Ilmu Penyuluhan Pembangunan, Institut Pertanian Bogor (IPB) dan lulus tahun 2020. Penulis

berkarir sebagai Pegawai Negeri Sipil mulai Desember 2003 di Sekolah Tinggi Penyuluhan Pertanian (STPP) sekarang Politeknik Pembangunan Pertanian (Polbangtan) Manokwari, salah satu UPT Kementerian Pertanian. Penulis menjadi dosen mulai tahun 2006. Selama berkarir, pernah menjadi dosen dengan karya ilmiah terbaik Kementerian Pertanian pada tahun 2017 dan dosen berprestasi Kementerian Pertanian pada tahun 2020.



**Maria Herawati, S.Pt., M.Si.** Lahir di Lampung Selatan pada tanggal 22 Maret 1984, merupakan anak ke-3 dari 4 bersaudara. Bekerja sebagai dosen di Politeknik Pembangunan Pertanian (POLBANGTAN) Manokwari, pada Program Studi Penyuluhan Peternakan dan Kesejahteraan Hewan. Memiliki keahlian dalam bidang sosial ekonomi/agribisnis yang mengampu pada mata kuliah Studi Kelayakan Agribisnis, Kewirausahaan Agribisnis Peternakan, Manajemen Agribisnis dan Rencana Kerja Anggaran Perusahaan. Penulis buku dan aktif menulis di beberapa jurnal ilmiah, serta aktif

melakukan pengabdian kepada masyarakat, dan mengikuti pelatihan dan



seminar tentang pengembangan kapasitas dosen, baik skala nasional maupun internasional.



**Fastabiqul Khairad** lahir di Bukittinggi, Sumatera Barat pada tanggal 06 Agustus 1995. Penulis memperoleh gelar Sarjana Pertanian dari Universitas Andalas pada tahun 2017 dan Magister Sains pada tahun 2018 melalui jalur Fasttrack program Magister Ilmu Ekonomi Pertanian Universitas Andalas. Tahun 2019, penulis pernah bekerja di PT. Anom sebagai Food Safety Team Leader. Karir dosen dimulai sejak Desember 2019, dan saat ini aktif sebagai Dosen Tetap di Universitas Medan Area, sekaligus memegang amanah sebagai sekretaris program studi Agribisnis. Sebelumnya penulis telah

menghasilkan buku Profil Kependudukan Kota Pariaman Tahun 2016 dan buku Profil Kependudukan Kabupaten Padang Pariaman Tahun 2016, buku Ekonomi Demografi Tahun 2021, buku Metode Penelitian Ekonomi Tahun 2021.



**Revi Ernanda** lahir di Payakumbuh, Sumatera Barat pada tanggal 29 Oktober 1993. Penulis memperoleh gelar Sarjana Pertanian dari Universitas Andalas program studi Agribisnis pada Tahun 2015 dan Magister Sains dari Institut Pertanian Bogor dengan program studi Sains Agribisnis pada tahun 2018. Tahun 2019 penulis memulai karir sebagai dosen, dan saat ini aktif sebagai Dosen Tetap Agribisnis Fakultas Pertanian di Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat. Penulis pernah meraih penghargaan sebagai Poster

Terbaik dalam acara Seminar Hibah Internal Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat yang diadakan oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat pada Tahun 2020. Buku kolaborasi yang pernah ditulis yaitu berjudul Metodologi Penelitian Kualitatif.



**Ir. Nurlina, M.Kes.** Lahir di Malang, pada tanggal 23 November 1957, adalah seorang dosen tetap di Fakultas Pertanian Universitas Merdeka Surabaya. Menamatkan S-1 jurusan Sosial Ekonomi dari Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jatim Tahun 1983 dan akhirnya meraih gelar Magister Kesehatan Jurusan Ilmu Perilaku dan Promosi Kesehatan dari Universitas Airlangga Surabaya pada Tahun 2002 melalui program beasiswa. Beberapa kali memperoleh hibah penelitian dan pengabdian masyarakat dari Dikti dan aktif menulis artikel ilmiah di beberapa jurnal, baik Jurnal Nasional bereputasi dan Jurnal Internasional. Penulis juga sudah menerbitkan buku teks sebagai bahan perkuliahan di Fakultas Pertanian Universitas Merdeka Surabaya seperti Manajemen, Usaha Tani, Pengantar Ilmu Pertanian, Manajemen Agribisnis, Pengantar Ekonomi Pertanian, Teknik Komunikasi. Mendapat penghargaan Satyalancana Karya Satya 30th dari Presiden Republik Indonesia Indonesia.



**Sarno** dilahirkan di sebuah Kota Banjarnegara, pada 1 Desember 1981. Pendidikan S1 diselesaikan pada Fakultas Pertanian Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto dan S2 pada Universitas Gadjah Mada Yogyakarta dengan kompetensi Manajemen Agribisnis. Pria yang biasa dipanggil abi sarno aktif menekuni bidang ilmu manajemen agribisnis. Aktif menekuni pelatihan dan seminar tentang pengembangan agribisnis. Aktif dalam kegiatan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat seputar bidang ilmu sosial ekonomi pertanian dan agribisnis. Saat ini tercatat sebagai salah satu dosen profesional pada sebuah perguruan tinggi swasta di Indonesia.



**Dr. Drs. Bonaraja Purba, M.Si** Lahir di Pematang Siantar, 15 April 1962; Lulus Sarjana Pendidikan (Drs.) dari Universitas Negeri Medan (UNIMED), Magister Sains (M.Si.) Bidang Ilmu Ekonomi dari Universitas Syiah Kuala (USK) Banda Aceh dan Doktor (Dr.) Bidang Ilmu Ekonomi juga dari Universitas Syiah Kuala (USK) Banda Aceh. Sejak 01 Maret 1987 hingga saat ini berkarir sebagai Dosen PNS di Fakultas Teknik dan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan (UNIMED). Telah menulis lebih dari 90 judul Buku Referensi Ilmiah dan Buku Ajar Akademik ber-ISBN/HKI yang

sudah diterbitkan oleh beberapa Penerbit dan juga sebagai Editor Ahli dari beberapa Buku Referensi. Penulis juga telah menulis puluhan artikel pada Jurnal Nasional, Prosiding Nasional, Prosiding Internasional dan Jurnal Internasional tentang Pendidikan, Ekonomi dan Bisnis. Penulis dapat dihubungi melalui email [bonarajapurba@gmail.com](mailto:bonarajapurba@gmail.com) dan [bonarajapurba@unimed.ac.id](mailto:bonarajapurba@unimed.ac.id)



**Dr. Amruddin, M.Si** lahir di Makassar pada 22 Juli 1969. Dosen Yayasan pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar. Mendapat amanah sebagai Ketua Program Studi Agribisnis 2014-2018. Aktif pada Asosiasi Agribisnis Indonesia (AAI) dan Perhimpunan Sarjana Pertanian Indonesia (PISPI) wilayah Sulawesi Selatan. Menempuh jenjang Pascasarjana (S2) pendidikan Sosiologi di Universitas Negeri Makassar (2001) dan Program Agribisnis Universitas Islam Makassar (2012) serta

menyelesaikan strata tiga (S3) Sosiologi di UNM April 2021. Menulis buku kolaborasi yakni, Pengantar Ilmu Pertanian (2020), Dasar-Dasar Agribisnis (2020), Pembangunan dan Perubahan Sosial (2021), Manajemen Agribisnis (2021) serta Manajemen Usahatani (2021) yang diterbitkan Penerbit Yayasan Kita Menulis.



# EKONOMI PERTANIAN

Buku ini berjudul “Ekonomi Pertanian ” yang merupakan rangkuman dari berbagai sumber. Buku ini diharapkan menjadi bahan referensi dan dapat memberikan gambaran bahwa Ekonomi pertanian merupakan bagian dari ilmu ekonomi umum yang mempelajari fenomena dan permasalahan yang berkaitan dengan pertanian, baik mikro maupun makro. Sumber daya ekonomi pertanian meliputi lahan pertanian, rumah tangga pertanian, dan pendapatan petani.

Buku ini membahas:

Bab 1 Definisi Dan Ruang Lingkup Ekonomi Pertanian

Bab 2 Sumberdaya Pertanian

Bab 3 Kelembagaan Pertanian

Bab 4 Teori Produksi Pertanian

Bab 5 Biaya Produksi Pertanian

Bab 6 Permintaan Dan Penawaran

Bab 7 Pemasaran Komoditas Pertanian

Bab 8 Pasar Dan Kebijakan Pertanian

Bab 9 Perdagangan Internasional

Bab 10 Pembangunan Pertanian



YAYASAN KITA MENULIS  
press@kitamenulis.id  
www.kitamenulis.id

ISBN 978-623-342-215-4

