

PERSPEKTIF PENGEMBANGAN MANAJEMEN PEMASARAN SAYURAN DI BALI: KASUS DI DESA PANCASARI KABUPATEN BULELENG

I DEWA GEDE RAKA SARJANA

Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Udayana

ABSTRACT

The system approach always looks for integrity among sectors through a whole understanding, therefore, a newer framework known as an approach of the system, is needed. This research is designed to find out variables, that solving the problems by identifying variables that has contextual relationship towards integrated market system, so that the model of the impact can be concluded.

The result of study shows eight elements of the system that has been identified, they are: social sector, necessities of program, constraint, enables change, target of program, yardstick, and the activities required, and linked institution. Analysis of sub-element comparison resulting key variable, they are: farmer from business agent element; constructor of the agent, capital guarantee, and government support as the program requirement; risks distribution and inequitable profit as the constraint; guarantee of quality, quantity, cost, and market as the enable change; market share as target of the program; development of incentive system as the necessary activity; and all the linked institutions except the whole sale. From the discussion that is done by the expert, it can be synthesized five criteria of partnership patterns, they are: risk distribution and fair profit, extending job opportunity, increasing of farmer income, make-up of human resources skill and guarantee of quality, quantity, and continuity of production. It is therefore, SUB- KONTRAK was chosen as the priority of alternative partnership pattern that is most appropriate with the formed criteria.

Key word: Structure System, Partnership, and Agribisnis Vegetables

ABSTRAK

Pemikiran sistem selalu mencari keterpaduan antar bagian melalui pemahaman yang utuh, maka diperlukan kerangka pikir baru yang dikenal sebagai pendekatan sistem. Pendekatan ini berupaya untuk menyelesaikan persoalan yang dimulai dari proses identifikasi sejumlah kebutuhan sehingga menghasilkan suatu operasi yang efektif.

Hasil kajian terhadap struktur sistem diidentifikasi delapan elemen sistem yaitu : sektor masyarakat, kebutuhan program, kendala, perubahan yang dimungkinkan, tujuan program, tolak ukur, aktifitas yang dibutuhkan dan lembaga terkait. Analisis perbandingan antar sub-elemen diketahui peubah kunci berikut yaitu : petani dari elemen pelaku usaha, pembinaan pelaku, penjaminan modal dan dukungan pemerintah sebagai kebutuhan program, distribusi resiko dan keuntungan yang tidak adil sebagai kendala, jaminan kualitas, kuantitas dan pasar sebagai perubahan, pangsa pasar sebagai tujuan program serta tolak ukurnya adalah meningkatnya kualitas SDM. Dari hasil diskusi para ahli disintese lima kriteria pola kemitraan yaitu : distribusi resiko dan profit yang adil, memperluas kesempatan kerja, peningkatan pendapatan petani, peningkatan keahlian SDM dan jaminan kualitas, kuantitas serta kontinyuitas produksi, sehingga selanjutnya dipilih pola SUB-KONTRAK sebagai prioritas alternatif pola kemitraan yang paling sesuai dengan kriteria yang dibentuk.

Kata Kunci: Struktur Sistem, Kemitraan, Agribisnis Sayuran

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Strategi pembangunan pertanian jangka panjang bertujuan untuk mewujudkan pertanian yang tangguh, maju, dan efisien. Salah satu prioritas yang dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut adalah usaha pengembangan komoditas hortikultura. Prospek pengembangannya masih terbuka, karena masih banyak lahan yang belum termanfaatkan secara optimal. Dari luas wilayah Bali sebesar 563,286 ha dapat digunakan sebagai lahan pertanian seluas 215,971 ha (38,74%). Sejalan dengan itu hasil survey tahun 2004 menunjukkan bahwa luas penanaman hortikultura hanya 20,763 ha atau kurang dari 10%(Dinas Pertanian Tanaman Pangan Provinsi Bali).

Adanya permintaan sayuran, baik untuk kebutuhan pariwisata, maupun konsumsi masyarakat semakin meningkat, hal ini ditunjang dari hasil survey pada tabel 1.

Tabel 1. Konsumsi Total Komoditas Pertanian (Sayuran) di Provinsi Bali Tahun 2005 (kg/ 6 Bulan)

Komoditas	RT Petani (397.763 KK)	RT Non Petani (478.978 KK)	Hotel/Restauran (2.061 buah)	Total
Kol/Kubis	4.773,16	16.160,8	978,18	21.912,14
Kentang	2.386,6	7.570,5	3.916,10	13.873,2
Wortel	399,7	6.317,2	2.254,5	8.969,5
Tomat	4.773,4	9.948,8	3.879,8	18.601,9
Cabe	1.553,3	9.804,4	1.650,9	12.988,6
Bawang Merah	1.822,2	19.185,8	985,5	21.993,5
Buncis	4.773,4	7.179,3	262,2	12.214,8

Dengan demikian potensi pasar komoditas sayuran di Bali cukup besar, dan dapat ditingkatkan lagi oleh beberapa hal lagi seperti: perkembangan pariwisata, peningkatan kesadaran dan perilaku konsumsi masyarakat serta adanya usaha pengolahan yang memungkinkan untuk disimpan lebih lama dan dapat dikirim antar pulau. Mengingat prospek tersebut pengembangan sentra-sentra produksi sayuran seperti Pancasari dan sekitarnya mempunyai peran penting sebagai tulang punggung perekonomian Bali ke depan, karena mempunyai fungsi strategis baik di tingkat mikro maupun tingkat makro.

Pada tingkat mikro, usaha ini berperan sebagai sumber penghasilan, wadah bagi calon wirausahawan, serta pengembangan daya saing individu, sedangkan di tingkat makro berperan dalam penyerapan tenaga kerja, berkontribusi terhadap pembangunan wilayah, serta sebagai pereduksi terhadap kesenjangan (Sumardjo dkk, 2002). Alasan yang berbeda, peningkatan sektor tersier dan penurunan sektor primer seperti yang dilansir oleh Nehen (1994) dalam Suparta, (2005) merupakan fenomena struktur perekonomian Bali dewasa ini, hal ini perlu diantisipasi karena cenderung mendorong terciptanya pengangguran dikemudian hari. Oleh karena itu, isu sistem agribisnis nampaknya harus digulirkan dan perlu direspon secara proporsional. Kompleksitas sistem ini akan semakin kompleks, karena melibatkan 70 persen penduduk sebagai produsen dan seluruh penduduk Indonesia sebagai konsumen. Keterlibatan banyak komponen perusahaan, dan lembaga terkait lainnya, akan menambah kompleksitas tersebut. Kondisi ini berimplikasi terhadap sistem pemasarannya pula, karena sifat produk, sistem produksi, serta struktur dan karakteristik pasarnya yang berbeda. Faktor ini dapat mengakibatkan produktivitas sistem pemasaran, kurang efektif, tidak efisien, selanjutnya dapat menentukan kinerja operasi dan proses sistem perekonomian di sektor basis secara relatif.

Sistem usaha pertanian yang melibatkan begitu banyak pihak menunjukkan kondisi yang serba lemah terutama sekali di pihak petani. Berbagai aspek tinjauan baik dari penguasaan sumber daya, teknologi, ketrampilan serta lemahnya net-work pelaku, pada dasarnya adalah fakta-fakta yang tidak bisa dipungkiri lagi oleh siapapun juga.

Fokus yang berbeda, dalam proses pemasaran dituntut harus dapat mempertemukan kepentingan dan kebutuhan produsen dan konsumen, yang kadangkala amat saling bertentangan. Proses sistem dituntut dapat mengalirkan barang/jasa ke tangan konsumen akhir secara efektif dan efisien, serta dapat melancarkan arus

informasi timbal balik sebagai dasar pengambilan keputusan oleh pelaku terkait. Oleh karena itu studi dan analisis mengenai pemasaran memegang peran penting.

Beberapa pendekatan studi dan analisis, baik pendekatan fungsional, maupun kelembagaan, yang selama ini dilakukan hanyalah menyangkut eksistensi seluruh kegiatan pemasaran, tanpa melibatkan kajian terhadap perubahan-perubahan pada lingkungan (ekternalitas elemen) sistem, yang mungkin terjadi dan tidak mampu memprediksi adanya perubahan fungsi atau lembaga yang terlibat dalam jangka panjang.

Suatu pendekatan yang lebih baik dan relevan untuk mengkaji hal-hal tersebut belakangan adalah melalui pendekatan sistem. Hal ini sangat penting karena metode kajian ini dapat memberikan informasi struktur sistem yang berguna sebagai pedoman untuk merumuskan kerangka tindakan dan kebijakan umum, kemudian menyusun rencana operasi secara detail.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mengkaji elemen-elemen yang mempunyai hubungan kontekstual dengan sistem pemasaran.
2. Mengidentifikasi sub-elemen kunci penggerak sistem pemasaran agribisnis sayuran.
3. Merumuskan bentuk struktur elemen/sub-elemen sistem pemasaran sayuran.
4. Menyiapkan informasi tentang elemen/sub-elemen yang relevan untuk dicermati dalam memperbaiki kinerja sistem yang efektif dan efisien.

Sasaran dan Keluaran Penelitian

Penelitian ini diarahkan untuk mencermati dan menganalisis informasi tentang dimensi-dimensi yang relevan dan berkaitan dalam proses pengembangan sistem pemasaran yang berpihak pada petani, sebagai pelaku yang paling lemah.

Hasil kajian dapat dipakai sebagai acuan dalam mengembangkan sistem pemasaran agribisnis khususnya sayuran, dalam kaitannya dengan proses penciptaan nilai tambah oleh petani dan pelaku pasar serta pembinaan di tingkat lokal, regional dan nasional.

Keluaran dari penelitian ini diharapkan dapat sebagai pedoman untuk : a) alternatif saran kebijakan model pemberdayaan petani; b) membantu dalam program pembinaan petani, dan peningkatan fungsional dalam penciptaan nilai tambah produk sayuran; c) pilihan saran strategi pengembangan sistem pemasaran yang efektif dan efisien, serta; d) menjamin pengembangan manajemen agribisnis sayuran yang berkelanjutan dan berkeadilan.

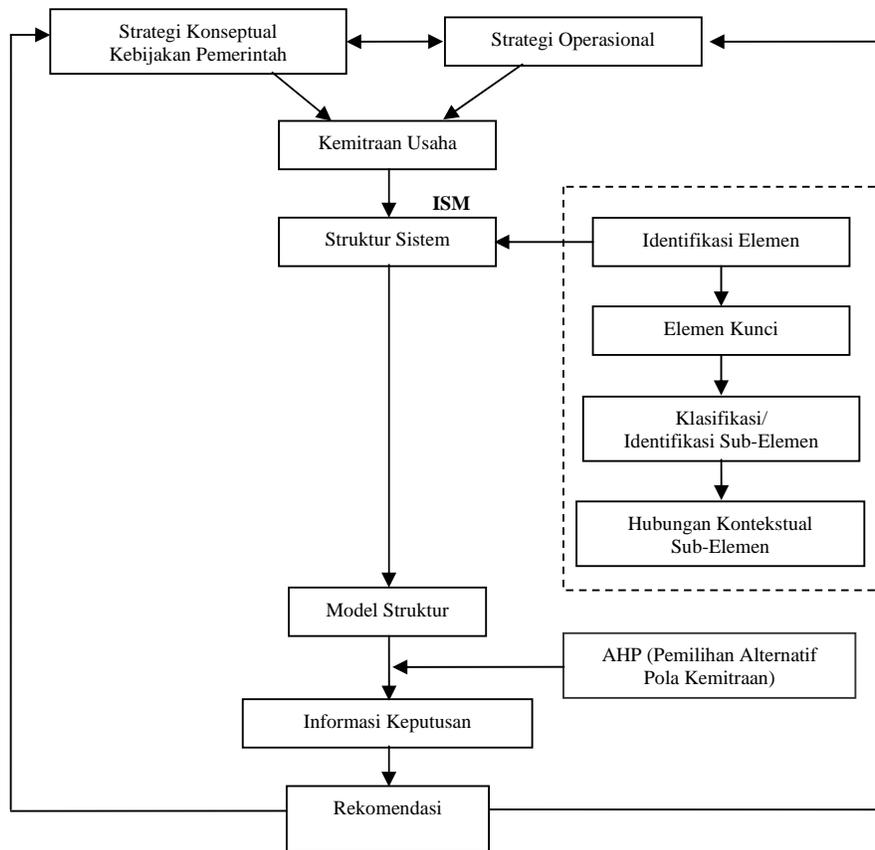
METODOLOGI

Kerangka Pemikiran

Struktur sistem pemasaran sebagai salah satu dimensi pemasaran, penting dalam upaya peningkatan ketrampilan dan perbaikan kemampuan petani. Akan tetapi aspek ini sering terlupakan dalam pembuatan kebijakan-kebijakan yang bersifat strategis.

Implikasinya, para petani sebagai pelaku produksi, keberadaannya selalu pada posisi termaginalkan, sebagai akibat keterbatasan yang dimilikinya. Lebih jauh lagi pada hirarki sosial tertentu, proses aliran informasi dan teknologi tidak terlepas dari kemampuan modal petani yang rendah. Dengan demikian upaya penelusuran terhadap elemen/sub-elemen sistem, dalam penelitian ini dapat berperan sebagai input dalam penyusunan program dan kebijakan regional maupun nasional. Selanjutnya akan bermuara pada produktivitas sistem pemasaran khususnya agribisnis sayuran dalam konteks pembangunan pertanian yang berkelanjutan. Untuk itu penting adanya suatu metode yang secara filosofis berkenan untuk memberikan pedoman guna bertindak serta menyiapkan informasi yang relevan terhadap kebijakan yang harus ditetapkan. Salah satu teori integratif dan interdisipliner yang sesuai untuk digunakan adalah metode Interpretative Structure Modelling dari Saxena yang dikembangkan oleh Eryatno (1998). Metode ini merupakan metode holistik yang dapat menggambarkan pengaturan dari elemen-elemen dan hubungan antar elemen dalam membentuk suatu sistem.

Dalam sistem, struktur adalah dasar dari setiap sistem yang kompleks, sehingga kajian terhadap struktur menjadi sangat penting, sebab manajemen yang efektif hanya bisa dilakukan melalui penelusuran dari struktur sistem itu sendiri. Secara ringkas kerangka konsep penelitian akan dapat dilihat seperti pada gambar berikut.



Gambar 1. Kerangka Teoritis

Lokasi dan Responden Penelitian

Topik penelitian diangkat dari masalah petani di desa Pancasari, kabupaten Buleleng, dengan pertimbangan bahwa daerah tersebut merupakan sentra produksi sayur untuk daerah Bali, sehingga yang terkait dalam hal ini :petani, pengepul, pedagang dan konsumen serta instansi pemerintah. Pihak tersebut diambil sebagai responden awal, karena dianggap layak memberikan informasi untuk dirujuk pada ekspert meeting.

Pemilihan responden ahli dilakukan secara purposive sebanyak 10 orang, berasal dari pakar akademik berbagai perguruan tinggi, para praktisi, dan instansi pemerintah terkait dengan pertimbangan dan kriteria : a) Efisiensi dalam menyelesaikan masalah dengan cepat dan tepat, b) Didasarkan atas kompetensi dari pakar/praktisi, c) Pengakuan secara obyektif terhadap kemampuan profesional yang dimilikinya, d) Produktivitas yang tinggi dibidang ilmiah yang ditekuni, serta mempunyai reputasi, kedudukan dan kredibilitas sebagai ahli.

Metode dan Analisis Data

Pengumpulan informasi dalam rangka strukturisasi program sistem pengembangan manajemen pemasaran dilakukan melalui ekspert meeting. Metode ini dilakukan untuk menggali informasi berdasarkan musyawarah mufakat terhadap daftar rujukan yang ditetapkan.

Melalui teknik ISM dari Eriyatno (1998) guna memotret masalah yang kompleks tersebut diperlukan pola yang menggunakan grafis dan kalimat sehingga model yang tak jelas menjadi model sistem yang tampak. Untuk hubungan konstektual elemen dan penyusunan SSIM (Structural Self Interaction Matrix) menggunakan simbol V, A, X dan O di mana V jika $e_{ij}=1$ dan $e_{ji}=0$; A jika $e_{ij}=0$ dan $e_{ji}=1$; X jika $e_{ij}=1$, $e_{ji}=1$ sedangkan O jika satu dengan yang lainnya tidak ada hubungan konstektual (baik e_{ij} dan e_{ji} sama dengan nol).

Setelah SSIM dibentuk selanjutnya dibuat tabel RM (Reachibility Matrix) dengan mengganti V,A,X,O menjadi bilangan 1 dan 0. Bilangan ini menunjukkan tingkat keeratan hubungan karena satu menyatakan ada hubungan kontekstual sedangkan nilai nol bila tidak ada hubungan kontekstual. Pengolahan lebih lanjut dari tabel RM yang telah memenuhi aturan ketransisitifan, adalah penetapan pilhan jenjang. Pengolahannya bersifat tabulatif dengan pengisian format dan bisa dibantu dengan komputer pula.

Berdasarkan pilihan jenjang maka dapat digambarkan skema setiap elemen menurut jenjang vertikal maupun horizontal. Untuk beragam sub-elemen dalam satu elemen berdasarkan tabel RM disusun DPD (Driver Power Dependence) suatu bentuk hubungan antara kekuatan penggerak dan tingkat ketergantungan antar elemen/sub elemen. Selanjutnya klasifikasi sub-elemen dipaparkan dalam 4 sektor seperti : autonomous, dependent, linkage dan independent.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Potensi dan Mata pencaharian

Sebagai salah satu sentra produksi, desa Pancasari mempunyai potensi untuk dikembangkan, karena hampir 28,27 % dari 1280 ha luas wilayahnya dapat digunakan sebagai lahan pertanian. Dengan ketinggian kira-kira 1200 meter dpl, dengan suhu rata-rata 20 C disertai kelembaban cukup tinggi dengan curah hujan 236,69 mm/tahun sangat potensial untuk agribisnis sayuran di Bali. Sehubungan dengan hal tersebut telah berimplikasi pada mata pencaharian penduduk terbesar dari sektor pertanian, yaitu sebesar 41,75 % , sedangkan sebanyak 22,32 % sebagai buruh tani, dan hanya 13,50 % sebagai wiraswasta serta sisanya 16,57 % dari pertukangan, nelayan, karyawan dan pensiunan perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa penyediaan lapangan kerja masih didominasi oleh sektor pertanian. Dapat dijelaskan pula bahwa fenomena tersebut tidak lepas dan berkaitan erat dengan tingkat pendidikan penduduk yang masih rendah.

Dari data monografi desa jumlah penduduk yang tidak sekolah dan belum sekolah mencapai 89,19% dari 4300 orang penduduk desa Pancasari. Sedangkan sisanya terdiri dari: pendidikan Sarjana/ Akademi sebesar 2%, disusul SLTA 1,58% , SLTP 3,45% ,SD 2,74% dan sisanya masih taman kanak – kanak. Berdasarkan tingkat pendidikan tersebut menunjukkan bahwa betapa pentingnya pemberdayaan terhadap penduduk yang sebagian besar adalah petani sayuran.

Analisis Distribusi Pemasaran Sayuran

Peranan lembaga pemasaran dan distribusinya menjadi tolok ukur keberhasilan pengembangan agribisnis sayuran. Hal ini dapat dijelaskan karena fungsinya sebagai fasilitator yang menghubungkan antara defisit unit (konsumen) dan surplus unit (produsen). Pembinaan terhadap lembaga tersebut sangat diperlukan karena serangkaian aktivitasnya menjadi penentu besarnya margin antara harga ditingkat petani dan konsumen, namun tidaklah berarti lembaga pemasaran itu tidak memperoleh untung (Gumbira, 2001).

Hasil kajian terhadap permasalahan pemasaran di desa penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar para petani (60 %) menjual hasil produksinya kepada pengepul atau pedagang perantara, sebanyak 30 % menjual kepada pedagang pengecer di pasar-pasar tradisional terdekat (pasar lokal) dan sisanya yaitu sebesar 10 % menjual langsung kepada konsumen. Selanjutnya pedagang pengepul (pedagang antar kabupaten) lebih banyak mendistribusikan barang dagangannya diluar kabupaten dibandingkan dalam kabupaten bahkan ada yang menjualnya antar pulau yaitu ke pulau Jawa. Biasanya kelompok pedagang ini sebagian besar menjual ke pasar induk Kumbasari atau pasar Badung dan hanya sebagian kecil saja yang mengirim ke luar daerah Bali.

Beberapa permasalahan pokok yang masih dijumpai di daerah basis produksi antara lain masih kuatnya peran dan pengaruh tengkulak (para spekulator) sehingga sering memaksa produsen harus menjual hasilnya kepada pihak-pihak tertentu. Kondisi seperti ini tanpa disadari sering merugikan para petani mengingat harga transaksi /harga pasar terlalu rendah. Beberapa alasan pihak petani melakukan hal tersebut adalah adanya kepentingan keuangan modal atau kepentingan mendesak yang lainnya serta kadang-kadang terjerat oleh kemudahan-kemudahan peminjaman modal oleh tengkulak. Dalam hal harga, masih sering terjadi fluktuasi yang sangat tinggi, salah satu diantaranya disebabkan terjadinya perilaku-prilaku yang bersifat spekulatif yang dilakukan oleh hampir semua pihak baik petani sendiri, pedagang, maupun pengusaha dengan alasan yang relatif bervariasi. Usaha-usaha penanganan pasca panen masih relatif rendah baik yang dilakukan oleh petani ataupun dari pihak pemasar sendiri, dengan alasan belum terjaminnya stabilitas harga di daerah produksi. Kehadiran perusahaan yang berteknologi tinggi, dengan fasilitas pendingin (cold storage) belum mampu meningkatkan nilai tambah produk dalam arti keseluruhan, mengingat keterbatasan kapasitas yang dimiliki perusahaan itu sendiri.

Fenomena faktual tersebut menyebabkan para petani semakin jauh dari apa yang menjadi harapan mereka, secara otomatis mempengaruhi gairah untuk berusaha secara lebih intensif. Akhirnya secara tidak langsung pula berpengaruh nyata terhadap keberlangsungan usaha agribisnis.

Analisis Struktur Pelaku Agribisnis

Secara normatif teridentifikasi ada beberapa komponen sistem yang mempunyai hubungan kontekstual dengan sistem manajemen pemasaran agribisnis sayuran tersebut. Hasil kajian elemen berikut dianggap sebagai unsur penting. Elemen – elemen sistem yang dimaksud antara lain: 1) elemen pelaku langsung; 2) elemen kebutuhan; 3) elemen tujuan; 4) tolok ukur ; 5) elemen kendala; 6) aktivitas yang dibutuhkan dan 7) lembaga terkait. Kendatipun elemen tersebut dikatakan mempunyai hubungan kontekstual terhadap sistem namun bahasan harus ditekankan terhadap unsur yang mempunyai hubungan fungsional dan keterkaitan kinerja antar komponen. Dengan demikian diperlukan penajaman lebih lanjut terhadap masing-masing elemen, selanjutnya disebut dengan sub-elemen dari sistem.

Pembandingan antar sub-elemen dari semua elemen sistem secara keseluruhan dapat ditentukan beberapa sub-elemen kunci seperti petani (elemen pelaku), pembinaan pelaku usaha, jaminan modal, dan dukungan pemerintah (elemen kebutuhan), distribusi keuntungan dan resiko yang kurang adil (elemen kendala), peningkatan pangsa pasar (elemen tujuan), dan meningkatnya kualitas SDM pelaku usaha (elemen tolok ukur pencapaian tujuan) serta pengembangan sistem insentif sebagai aktivitas yang dibutuhkan. Analisis terhadap elemen pelaku agribisnis ditemukan bahwa petani sebagai pelaku langsung produksi teridentifikasi sebagai sub-elemen kunci.

Hasil pembandingan antar sub-elemen dari elemen pelaku agribisnis, mengindikasikan bahwa petani mempunyai tingkat hubungan fungsional yang tertinggi, dibandingkan pelaku lainnya seperti : pedagang, pengumpul, pengusaha jasa transportasi, eksportir/pedagang antar pulau dan konsumen. Implikasinya, sub-elemen petani mempunyai kekuatan penggerak yang terbesar terhadap sistem, sehingga diklasifikasikan kedalam sektor independen. Karenanya, untuk mewujudkan kinerja sistem yang efektif harus diprioritaskan terhadap sub-elemen petani tersebut. Prioritas kepentingan, baik dalam pembinaan, pelayanan maupun penyediaan fasilitas sesuai dengan kebutuhan petani itu sendiri. Berbeda dengan petani sebagai pelaku produksi, pelaku langsung lainnya apakah itu pedagang, pengusaha jasa transportasi, pedagang antar pulau selaku pihak pemasar mempunyai keterkaitan yang bersifat linkage terhadap konsumen dan masyarakat sekitar. Klasifikasi sub-elemen kedalam sektor linkage menunjukkan bahwa terjadinya hubungan yang begitu kuat antar sub-elemen, implikasinya, sub-elemen ini harus dikaji secara hati-hati. Hubungan antar peubah tidak stabil, artinya setiap tindakan pada peubah tersebut akan memberikan dampak terhadap yang lainnya dan umpan balik pengaruhnya bisa memperbesar dampak. Dari kajian yang telah dilakukan ternyata tidak ada satupun sub-elemen dari elemen pelaku agribisnis yang terklasifikasi kedalam sektor dependent atau autonomous. Hal ini menunjukkan bahwa adanya hubungan fungsional yang kuat antar sub-elemen, atau hubungan saling mempengaruhi (linkage).

Analisis Struktur Kebutuhan

Dalam rangka mewujudkan pengembangan kinerja sistem yang efektif, sub-elemen seperti : pembinaan pelaku usaha, jaminan permodalan pelaku usaha dan perlunya dukungan pemerintah merupakan suatu kebutuhan yang mendasar. Sub-elemen tersebut termasuk dalam katagori independen, sebagai penggerak utama sistem, dan mempunyai daya dorong yang terbesar. Hal ini bermakna perlunya prioritas penajaman yang lebih serius dari pihak pengguna atau pemerintah. Sebagai elemen yang bebas, akan sangat berpengaruh terhadap kinerja sistem itu sendiri. Oleh karena itu perlu kajian yang hati-hati, sebab mempunyai keterkaitan yang kuat terhadap elemen yang lainnya terutama sekali elemen yang termasuk kedalam sektor dependen seperti upaya-upaya pemanfaatan wadah bisnis dan jaminan kuantitas, kualitas serta kontinuitas produksi.

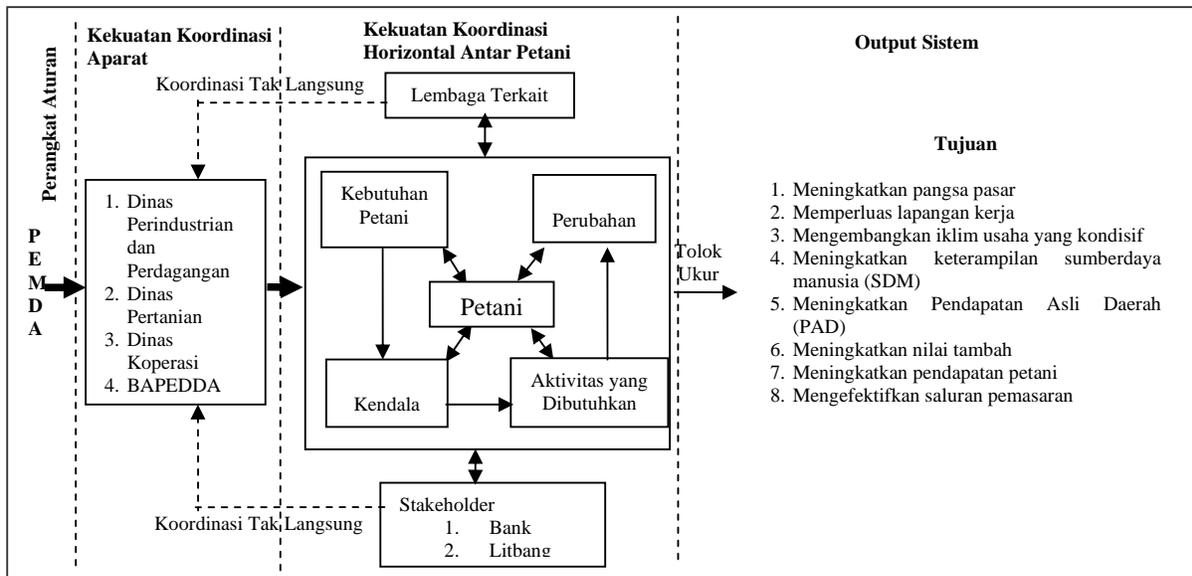
Analisis Struktur Tujuan Program

Kajian terhadap elemen tujuan dapat ditentukan beberapa sub-elemen fungsional yaitu : 1) meningkatnya pangsa pasar; 2) memperluas lapangan kerja; 3) pengembangan iklim usaha yang kondusif; 4) meningkatnya ketrampilan SDM ; 5) meningkatnya nilai tambah; 6) meningkatnya PAD; 7) peningkatan pendapatan petani; serta 8) mengaktifkan saluran pemasaran. Hasil pembandingan antar sub-elemen menunjukkan bahwa peningkatan pangsa pasar menjadi sub-elemen kunci. Fakta ini menunjukkan betapa pentingnya peran peningkatan pangsa pasar dalam mewujudkan manajemen pemasaran yang efektif. Meningkatnya pangsa pasar sebagai penggerak bebas terhadap semua aktivitas pemasaran dari semua pelaku usaha seperti petani, pemasar dan pengusaha jasa transportasi. Sub-elemen lainnya seperti efektifitas saluran

pemasaran, dan ketrampilan SDM yang meningkat juga termasuk mempunyai kekuatan penggerak yang besar meski tidak sebesar peningkatan pangsa pasar. Sehingga ketiga sub-elemen tersebut di klasifikasikan kedalam sektor independent. Keseluruhan elemen tersebut akan menggerakkan sub-elemen lainnya yang termasuk kedalam sektor dependent seperti perubahan iklim usaha yang kondusif, perluasan lapangan kerja serta peningkatan PAD. Perubahan pengaruh sektor independent terhadap sektor dependent tentunya tidak lepas dari peran sub-elemen linkage seperti meningkatnya nilai tambah dan pendapatan petani dimana sifatnya saling mempengaruhi. Apabila semua tujuan telah dapat dicapai, maka akan dapat memberikan peningkatan nilai tambah bagi semua pelaku mitra usaha dalam mencapai tujuan win-win solution.

Rekomendasi Sistem Manajemen Efektif

Berdasarkan sub-elemen yang diidentifikasi sebagai elemen kunci tersebut, maka perhatian yang lebih serius terhadap semua aspek tersebut dapat meningkatkan efektifitas sistem karena merupakan suatu rantai hubungan fungsional antara pernyataan dari kebutuhan-kebutuhan dengan pernyataan khusus dari masalah yang harus dipecahkan yang biasa dibuat dalam bentuk diagram lingkaran. Akan tetapi karena kajian ini lebih berorientasi pada tujuan yang harus dicapai, maka yang penting dalam identifikasi sistem ini adalah interpretasi diagram lingkaran kedalam konsep kotak gelap yang dapat dibentuk seperti Gambar 2 berikut.



Gambar 2. Model Manajemen Sistem Pemasaran Komoditi Sayuran yang Efektif
Keterangan

artinya pembinaan langsung artinya hubungan *linkage*
 artinya arah pengaruh artinya koordinasi tak langsung
 → - - - →

Dari model struktural yang ditawarkan akan menjadi pedoman penting dalam rencana aksi selanjutnya dan sebagai titik tolak dalam merumuskan dan mensintesis kriteria-kriteria sistem pemasaran yang efektif untuk memecahkan masalah secara elementer. Model tersebut dapat diinterpretasikan bahwa dalam rangka pengembangan sistem sangat diperlukan perhatian terhadap sub-elemen tersebut, tentunya prioritas dukungan yang kuat kepada petani (fungsi produksi) dan pihak-pihak lainnya di tingkat basis (fungsi pemasaran). Selanjutnya berdampak pada kemandirian usaha, mampu memanfaatkan peluang pasar dalam koridor pemasaran yang efektif dan efisien. Melalui suatu proses elementer akan mempengaruhi dunia usaha mikro mulai usaha rumah tangga, kelompok, koperasi, usaha menengah maupun usaha besar. Jika semua pihak terkait mempunyai kemampuan manajemen baik akan mampu merangsang, merencanakan, dan melakukan aktivitas agribisnis secara maksimal, dalam satu sistem yang meliputi usaha identifikasi kebutuhan pasar serta menterjemahkan dalam proses produksi. Peran pemerintah dengan perangkat aturan, regulasi dan kekuatan koordinasi dalam hal pembinaan, pendampingan, dan penyediaan fasilitas mampu menumbuhkan iklim kondusif yang mendorong berkembangnya usaha agribisnis yang baik. Upaya seperti itu harus secara kontinyu dengan perencanaan yang matang, mengingat usaha agribisnis di kawasan basis

tidak mungkin dilakukan sebagai usaha jangka pendek, melainkan berorientasi pada perspektif jangka panjang.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN

Kesimpulan

1. Elemen–elemen penting yang mempunyai hubungan kontekstual dengan sistem seperti elemen pelaku usaha, kebutuhan, kendala, perubahan, tujuan dan lembaga terkait tidak serta merta bisa menjelaskan hubungan fungsional antar elemen sistem, dengan demikian perlu penajaman lebih lanjut terhadap sub-elemen nya masing-masing.
2. Sub-elemen kunci yang teridentifikasi dari masing-masing elemen merupakan unsur yang dominan mempengaruhi sub-elemen pada sektor lainnya. Sub-elemen ini mempunyai keterkaitan yang paling tinggi dan kekuatan penggerak besar terhadap perilaku sistem.
3. Untuk merumuskan struktur sistem pemasaran secara keseluruhan harus berorientasi dari sub-elemen kunci karena keterkaitan sub-elemen kunci tersebut merupakan hubungan fungsional antar elemen berdasarkan urutan klasifikasi hierarki elemen tersebut, dan tingkat dependensi antar sub-elemen.
4. Dalam usaha mengefektifkan kinerja sistem pemasaran agribisnis sayuran, seyogyanya elemen/sub-elemen tersebut diprioritaskan untuk diimplementasikan berdasarkan struktur hierarki masing-masing sub-elemen dari setiap elemen.

Implikasi Kebijakan

Upaya pengembangan manajemen pemasaran yang efektif dan efisien perlu diawali dari upaya-upaya pembinaan, pelayanan, dan penyediaan fasilitas serta pemberian dorongan berupa pengembangan sistem insentif terhadap pelaku usaha produksi (petani). Sehingga para petani tidak harus terpaksa menjual produksinya ke satu jalur penampung saja.

Pemerintah baik di daerah maupun pusat dalam merencanakan program kebijakan yang bersifat strategis (jangka panjang) diharapkan untuk mempertimbangkan hal-hal yang lebih bersifat filosofis dan bukan berorientasi pada pertumbuhan perekonomian secara makro semata.

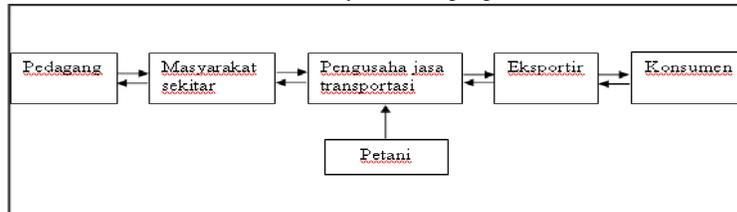
DAFTAR PUSTAKA

- Amirin , T.M. 1996. Pokok-Pokok Teori Sistem. Ed ke-1. Rajawali Pers, Jakarta.
- BPS Provinsi Bali .2004. Data Bali Membangun.
- Dinas Pertanian Tanaman Pangan .2005. Peluang Pasar Komoditas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura di Provinsi Bali. Kerjasama dengan FE Unud.
- Dinas Pertanian Tanaman Pangan .2005. Profil Usaha Agribisnis Komoditas Tanaman Pangan dan Hortikultura di Provinsi Bali. Kerjasama dengan FP Unud.
- Eriyatno .1998. Ilmu Sistem: Meningkatkan Mutu dan Efektifitas Manajemen. IPB Pers, Bogor.
- Gumbira-Sa'id, dan Abdul Harizt .2001. Manajemen Agribisnis. PT. Ghalia Indonesia. MMA-IPB Bogor.
- Nehen, K .1994. Transformasi Ekonomi di Bali: Loncatan dari Masyarakat Primer ke Tersier. Dalam Dinamika Masyarakat dan Kebudayaan Bali. Editor I G Pitana. Bali Post, Denpasar.
- Simatupang .1995. Teori Sistem: Suatu Perspektif Teknik Industri. Andi, Yogyakarta.
- Winardi .1986. Pengantar Tentang Teori Sistem dan Analisis Sistem. Alumni, Bandung.

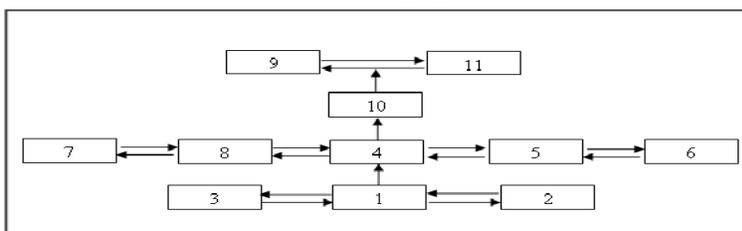
Lampiran 1. Struktur elmen kunci dan hirarki sub-elemen setiap elemen

Elemen	Sub-Elemen	Klasifikasi sektor
1. Sektor pelaku	1. petani 2. Pedagang/pengumpul 3. Pengusaha jasa transportasi 4. Pedagang antar pulau/eksportir 5. Masyarakat non-petani 6. Konsumen	<i>Independent</i> <i>Lingkage</i> <i>Lingkage</i> <i>Lingkage</i> <i>Lingkage</i> <i>lingkage</i>
2. Kebutuhan program	1. Pembinaan pelaku usaha 2. Permodalan/jaminan peminjaman 3. Dukungan pemerintah 4. Akses pasar 5. Distribusi keuntungan dan risiko yang adil 6. Pengembangan teknologi 7. Eksploitasi kawasan potensial 8. Pelestarian lingkungan 9. Jaminan tata ruang yang jelas 10. Nota kesepakatan (MOU) yang jelas 11. Pemanfaatan wadah bisnis	<i>Independent</i> <i>Independent</i> <i>Independent</i> <i>Lingkage</i> <i>Lingkage</i> <i>Lingkage</i> <i>Lingkage</i> <i>Lingkage</i> <i>Dependent</i> <i>Dependent</i> <i>Dependent</i>
3. Tujuan program	1. Meningkatkan pangsa pasar 2. Memperluas lapangan kerja 3. Mengembangkan iklim usaha yang kondusif 4. Meningkatkan keterampilan sumberdaya manusia (SDM) 5. Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) 6. Meningkatkan nilai tambah 7. Meningkatkan pendapatan petani 8. Mengefektifkan saluran pemasaran	<i>Independent</i> <i>Dependent</i> <i>Dependent</i> <i>Independent</i> <i>Dependent</i> <i>Linkage</i> <i>Lingkage</i> <i>Independent</i>

Sektor Masyarakat Terpengaruh



Kebutuhan program



Tujuan program

