

STRATEGI MEMBANGUN SINERGI ANTAR SUB TERMINAL AGRIBISNIS (STA) DI PROVINSI BALI¹

DWI PUTRA DARMAWAN DAN I DEWA GEDE RAKA SARJANA
Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian
Fakultas Pertanian, Universitas Udayana Bali

ABSTRACT

The result of comprehensiveness measurement performance of Agribusiness Sub Terminal (namely STA) by Balanced Scorecard techniques indicated that the individual of STA own strengths, weaknesses, opportunities and threats in the efforts of improving customer values, processing product with good quality, build customer loyalty, and improve performance of STA financial. The diversify claim concrete effort to build synergism of business partnership to improve effective and efficiency of commodity system of food crop and horticulture. The Objectives of this research is to analyze competitiveness position of group and individual of STA, and formulate build synergy strategy of business partnership between STA in Bali Province.

The research result indicate that the competitiveness position of group STA be at growth quadrant, while the competitiveness position of individual STA gone the round of the cell with fascination of middle business strength and industrial attractiveness. In the long run, the competitiveness position of individual STA expected reaching the cell with strong industrial attractiveness and business strength. Therefore, the repair of managerial quality were needed through effort of improvements of market share and quality of product continually, competitive price of product, and also improvement of human resource quality of each STA. According to matrix of synergy, the research shows that attainment of synergy between STA in this time still not yet adequate. In the future, the attainment of synergy between STA expected earn better, with interest settle cooperation between STA in the cases of marketing, operation, management and investment.

Key words: To build synergy strategy, Agribusiness Sub Terminal

ABSTRAK

Hasil pengukuran kinerja STA yang komprehensif dengan *Balanced Scorecard* menunjukkan bahwa individu STA memiliki keunggulan, kelemahan, peluang dan ancaman sendiri-sendiri dalam upaya meningkatkan *customer value*, memproses produk yang berkualitas, memuaskan pelanggan, serta meningkatkan kinerja finansial STA. Keragaman tersebut menuntut upaya konkrit untuk membangun sinergisme kemitraan usaha guna meningkatkan efektifitas dan efisiensi sistem komoditas tanaman pangan dan hortikultura tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa posisi bersaing kelompok STA saat ini berada pada kuadran pertumbuhan (*growth*), sedangkan posisi bersaing individu STA tersebar pada sel dengan daya tarik industri dan kekuatan bisnis menengah. Dalam jangka panjang, posisi bersaing individu STA diharapkan dapat mencapai sel dengan daya tarik industri dan kekuatan bisnis yang kuat. Oleh karena itu, perbaikan kualitas manajerial dibutuhkan melalui upaya perbaikan pangsa pasar dan kualitas produk yang berkelanjutan, harga produk yang kompetitif serta perbaikan kualitas SDM masing-

¹ Artikel ini merupakan revisi dari makalah yang telah disampaikan pada Seminar Regional "Membangun Sinergi Kemitraan antar Unit Usaha Agribisnis", diselenggarakan oleh Fakultas Pertanian, Universitas Warmadewa, Denpasar, 20 Desember 2006.

masing STA. Berdasarkan matriks sinergi pencapaian sinergi antar STA saat ini belum memadai dan pada masa yang akan datang pencapaian sinergi tersebut diharapkan akan lebih baik dengan lebih memantapkan kerjasama antar STA dalam hal pemasaran, operasi, manajemen, dan investasi.

Kata kunci : Strategi Membangun Sinergi, Sub Terminal Agribisnis

LATAR BELAKANG

Upaya pemerintah mengembangkan lembaga pemasaran di tingkat basis produksi yang tersebar di seluruh kabupaten di Provinsi Bali telah menumbuhkan iklim kondusif bagi usaha agribisnis tanaman pangan dan hortikultura di tingkat petani. Hasil identifikasi terhadap Sub Terminal Agribisnis (STA) di Provinsi Bali menunjukkan bahwa lima dari 12 STA telah mampu mengembangkan usaha agribisnis, utamanya cabe merah besar (*hot chilli*). Kelima STA tersebut adalah STA Mitra Praja Werdhi Murthi (Sukasada, Buleleng), STA Asta Giri Amerta (Payangan, Gianyar), STA Bukit Sari Bumi (Baturiti, Tabanan), STA Amerta Jati (Petang, Badung) dan STA Manik Mekar Nadi (Rendang, Karangasem). Optimalisasi fungsi sistem pemasaran dapat dilakukan dengan cara meningkatkan nilai tambah melalui peningkatan daya saing komoditas. Untuk mewujudkannya, telah dilakukan kegiatan pendampingan pada kelima STA tersebut. Kegiatan pendampingan, meliputi pelatihan manajemen, studi banding, temu kemitraan bisnis dan membangun sinergi (Tim Pendampingan FP Unud, 2006).

STA di Provinsi Bali, yang merupakan infrastruktur pemasaran untuk transaksi jual beli hasil-hasil pertanian, baik untuk transaksi fisik (lelang, langganan, pasar *spot*) maupun non fisik (kontrak, pesanan, *future market*), diharapkan dapat berfungsi dalam hal pembinaan peningkatan mutu produksi sesuai dengan permintaan pasar, pusat informasi, promosi dan tempat latihan atau magang dalam upaya pengembangan dan peningkatan sumberdaya manusia.

Hasil pengukuran kinerja STA yang komprehensif dengan *Balanced Scorecard* menunjukkan bahwa individu STA memiliki keunggulan, kelemahan, peluang dan ancaman sendiri-sendiri dalam upaya meningkatkan *customer value*, memproses produk yang berkualitas, memuaskan pelanggan, serta meningkatkan kinerja finansial STA (Tim Pendampingan FP Unud, 2006). Keragaman tersebut menuntut upaya konkrit untuk membangun sinergisme kemitraan usaha guna

meningkatkan efektifitas dan efisiensi sistem komoditas tanaman pangan dan hortikultura tersebut.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis posisi bersaing, baik untuk kelompok STA maupun individu STA, serta merumuskan strategi membangun sinergi kemitraan antar STA di Provinsi Bali.

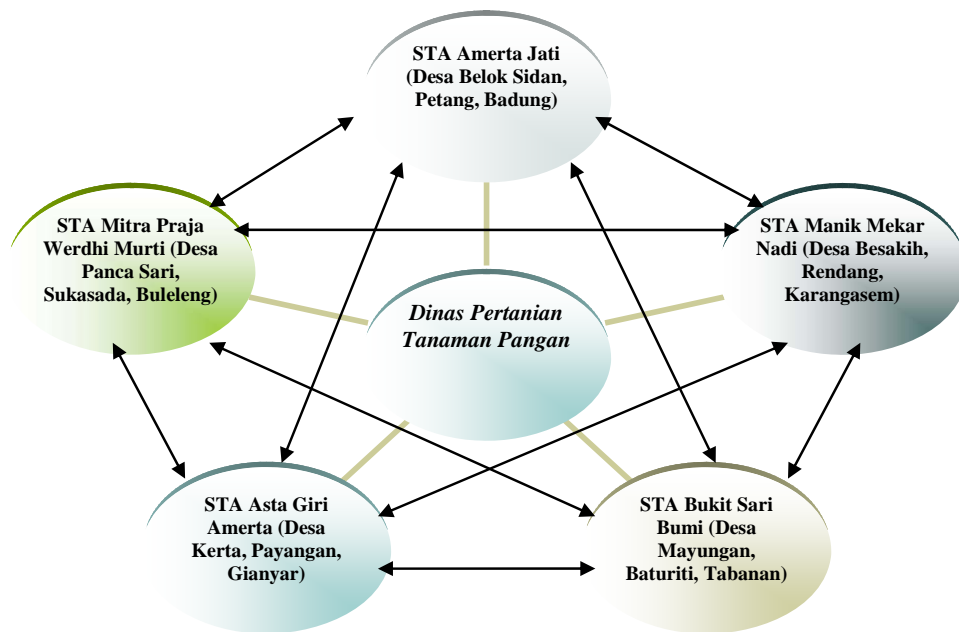
KERANGKA TEORITIS

Tipe kemitraan sinergis berbasis pada kesadaran saling membutuhkan dan saling mendukung pada masing-masing pihak yang bermitra. Sinergis akan timbul jika dua tindakan atau lebih dilakukan secara bersama-sama untuk menimbulkan suatu hasil yang lebih besar dibandingkan jika dilaksanakan secara individu. Para ahli berpendapat bahwa sinergi timbul jika kekuatan-kekuatan unit bisnis yang digabung lebih besar daripada kelemahannya secara bersama-sama (Thompson dan Strikland III, 1998).

Dalam kondisi lingkungan bisnis yang berubah dengan cepat, kelompok STA maupun individu STA hendaknya selalu melakukan evaluasi dan kontrol strategik rencana usaha dan kegiatan STA agar selalu mengarah pada tujuannya. Evaluasi strategik STA adalah dengan mendapat informasi mengenai pelaksanaan rencana usaha dan kinerja serta membandingkan informasi tersebut dengan standar yang telah ditentukan (posisi pasar, kinerja inovasi, produktifitas, likuiditas dan aliran kas, serta keuntungan). Kontrol strategik STA adalah dengan merubah rencana usaha yang disebabkan oleh perubahan kondisi, tambahan pengetahuan atau wawasan dan membuat penyesuaian untuk mengarahkan kegiatan sesuai dengan rencana. Kontrol strategiknya berupa asumsi diskontinyu dan fleksibel, serta implementasi rencana usaha, sedangkan kontrol operasionalnya adalah anggaran yang efektif dan jadwal yang tepat waktu.

Sebagai alasan utama membangun sinergi antar unit bisnis adalah menciptakan nilai melalui efisiensi, kekuatan keuangan dan pasar. Sinergi antar STA dapat dibangun dengan menggabungkan semua potensi yang ada pada masing-masing STA untuk mendapatkan hasil yang lebih besar jika dibandingkan dengan STA secara individual. Dengan adanya perbedaan potensi di masing-

masing STA dan peluang pasar komoditas yang prospektif, maka peluang untuk membangun sinergi cukup besar. Namun, sebelum melakukan analisis sinergi, perlu dilakukan analisis terhadap faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi posisi bersaing STA sebagai suatu lembaga bisnis, baik secara kelompok maupun individu.



Gambar 1. Membangun Sinergi antar STA di Provinsi Bali

METODE PENELITIAN

Secara spesifik, kriteria pemilihan STA untuk didampingi dalam rangka membangun sinergi adalah aktivitas yang dilakukan STA, kontinuitas produksi di wilayah kerja STA, keunggulan-keunggulan dari STA, persamaan komoditas agribisnis yang diproduksi oleh petani/anggota STA, serta prospek komoditas yang dihasilkan STA. Berdasarkan pertimbangan kriteria yang ditentukan ini, dipilih lima STA, yakni STA Amerta Jati (Desa Belok Sidan, Petang, Badung), STA Asta Giri Amerta (Desa Kerta, Payangan, Gianyar), STA Bukit Sari Bumi (Desa Mayungan, Baturiti, Tabanan), STA Manik Mekar Nadi (Desa Besakih,

Rendang, Karangasem), STA Mitra Praja Werdhi Murthi (Desa Panca Sari, Sukasada, Buleleng). Pertimbangan di atas digunakan sebagai tolok ukur (*yard stick*) yang menentukan program pendampingan dalam satu manajemen kemitraan bisnis terpadu.

Untuk membangun suatu sinergi kemitraan usaha antar STA, terlebih dahulu perlu diketahui posisi bersaing STA saat ini. Informasi berkenaan dengan hal tersebut dikumpulkan dari kegiatan Focus Group Discussion (FGD) antar STA dengan fasilitator tim pendamping. Analisis yang terkait dengan strategi membangun sinergi antar divisi dalam suatu kelompok bisnis adalah sebagai berikut (Aaker, 1992; Boseman. dan Phatak, 1988; Rowe dan Dickel, 1982).

- a. Analisis Posisi Bersaing Group STA dengan Matriks Internal-Eksternal (IE)
- b. Analisis Posisi Bersaing antar STA dengan Matriks General Electric (GE)
- c. Strategi Membangun Sinergi antar STA dengan teknik Matriks Sinergi (Tabel 1). Sinergi anatar unit bisnis merupakan suatu bentuk proses kontribusi yang dapat diberikan oleh satu unit bisnis atau divisi dalam group bisnis (kolom ke- j) terhadap divisi lainnya dalam group yang sama (baris ke-i).

Tabel 1. Strategi Membangun Sinergi antar Unit Bisnis

	DIVISI A	DIVISI B	DIVISI C	DIVISI D
DIVISI A		Pemasaran Keuangan SDM Fungsi Lain	Pemasaran Keuangan SDM Fungsi Lain	Pemasaran Keuangan SDM Fungsi Lain
DIVISI B	Pemasaran Keuangan SDM Fungsi Lain		Pemasaran Keuangan SDM Fungsi Lain	Pemasaran Keuangan SDM Fungsi Lain
DIVISI C	Pemasaran Keuangan SDM Fungsi Lain	Pemasaran Keuangan Sdm Fungsi Lain		Pemasaran Keuangan SDM Fungsi Lain
DIVISI D	Pemasaran Keuangan SDM Fungsi Lain	Pemasaran Keuangan SDM Fungsi Lain	Pemasaran Keuangan SDM Fungsi Lain	

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini akan dibahas posisi bersaing STA, baik secara kelompok maupun individu STA, yang diperoleh dari analisis matriks Internal-Eksternal (IE) dan matriks General Electric (GE), serta strategi membangun sinergi antar STA berdasarkan analisis matriks pencapaian sinergi antar STA saat ini dan perbaikan pencapaian sinergi pada masa yang akan datang.

Posisi Bersaing Kelompok STA

Identifikasi terhadap faktor-faktor strategis internal dan eksternal lima STA terpilih ditentukan melalui metode FGD (*Focus Group Discussion*) yang melibatkan para ketua STA yang mengetahui kekuatan dan kelemahan dalam membangun sinergi antar STA. Faktor strategis internal meliputi analisa pasar, sistem informasi yang ada, aktivitas pemasaran dan produksi, perencanaan SDM terpadu, pembagian tanggung jawab antar pengurus, optimalisasi pemanfaatan data, sedangkan faktor strategis eksternal adalah peningkatan kegiatan sta berbasis SDM, peningkatan kinerja finansial STA, peningkatan kesadaran akan standar mutu komoditas oleh pelanggan, kemampuan STA untuk mengantisipasi tuntutan kualitas produk, peningkatan upaya pemda memperbaiki infrastruktur untuk mendukung kegiatan usaha STA, persaingan pasar yang terjadi di luar sistem STA.

Dari faktor-faktor strategis internal itu dipilih faktor yang merupakan kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) dalam melakukan sinergi antar STA, sedangkan faktor-faktor strategis eksternal itu dipilih faktor yang merupakan peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*). Berdasarkan analisis matriks IE, posisi persaingan kelima STA berada pada kuadran pertumbuhan (*growth*). Pada kuadran ini STA diharapkan mencapai pertumbuhan yang maksimal dalam hal penjualan, aset, dan perolehan profit sehingga dapat mempertahankan posisi dan meningkatkan pertumbuhan bisnisnya. Untuk meningkatkan pertumbuhan, kelompok STA dapat menerapkan strategi penurunan harga, pengembangan produk baru, peningkatan kualitas produk dan layanan, peningkatan akses pasar, serta minimalisasi biaya dalam rangka peningkatan profit.

Alasan utama kelima STA ini bergabung dalam kelompok usaha adalah untuk mengurangi risiko, peningkatan laba dan penciptaan kekuatan pasar. Di pihak lain, ada tiga masalah yang mungkin timbul akibat keputusan pembentukan group bisnis, yakni (1) penentuan terhadap tingkat ketertarikan unit bisnis, (2) potensi pengembangan unit bisnis pada masa yang akan datang, dan (3) keputusan yang diambil untuk menentukan apakah unit bisnis harus dilepas atau dikembangkan.

Posisi Bersaing antar STA

Dalam melakukan analisis posisi bersaing individu STA, digunakan matriks *General Electric*. Matriks GE membutuhkan parameter faktor daya tarik usaha (*business attractiveness*), yakni ukuran pasar, pertumbuhan pangsa pasar, margin laba, intensitas persaingan, persyaratan teknologi, dampak lingkungan serta faktor kekuatan bisnis (*business strength*), meliputi pangsa pasar, pertumbuhan pangsa pasar, kualitas produk, reputasi produk, harga jual, kapasitas, kemampuan manajerial.

Berdasarkan analisis matriks GE, dapat digambarkan posisi bersaing STA Mitra Praja Werdhi Murthi (Panca Sari), STA Bukit Sari Bumi (Mayungan), STA Amerta Jati (Belok Sidan), STA Asta Giri Amerta (Payangan), dan STA Manik Mekar Nadi (Besakih) untuk masa sekarang tersebar pada sel 2 dan 5 (daya tarik industri dan kekuatan bisnis menengah). Dalam jangka menengah (2-5 tahun) kelompok usaha STA diharapkan dapat mempertahankan kinerja individu STA pada sel *growth* tersebut. Dalam jangka panjang (lebih dari 5 tahun), setelah kelompok usaha STA ini melakukan perbaikan kualitas manajerial serta didukung oleh faktor daya tarik industri yang positif, maka posisi bersaing individu diharapkan dapat mencapai sel 1 (daya tarik industri dan kekuatan bisnis yang kuat).

Strategi Membangun Sinergi antar STA

Analisis membangun sinergi antar STA ini dilakukan dengan membuat matriks sinergi melalui informasi yang diperoleh dari kegiatan *Focus group*

discussion (FGD) antar ketua dan anggota STA, dengan fasilitator tim pendamping.

Berdasarkan matriks sinergi pada saat ini yang dibuat, diperoleh informasi bahwa pencapaian sinergi antar STA saat ini masih belum optimal. STA Amerta Jati (Belok Sidan) merupakan STA yang paling aktif, sedangkan STA Mitra Praja Werdhi Murthi adalah STA yang tidak aktif. Untuk menghasilkan sinergi, STA Amerta Jati (Belok Sidan) memberikan kontribusi berupa informasi pasar, penjualan, dan transportasi kepada STA Bukit Sari Bumi (Mayungan), STA Asta Giri Amerta (Payangan), dan STA Manik Mekar Nadi (Besakih). Sebaliknya, masing-masing STA tersebut memberikan kontribusi berupa pasokan cabai merah kepada STA Amerta Jati (Belok Sidan).

Namun, pada masa yang akan datang pencapaian sinergi antar STA diharapkan dapat lebih baik. Pencapaian sinergi tersebut disajikan pada Tabel 2. Secara umum, untuk membangun sinergi pada masa yang akan datang, sebuah STA dapat memberikan kontribusi kepada STA lainnya melalui melalui kerjasama penjualan, operasi, manajemen dan investasi, dengan penjelasan sebagai berikut..

- a. Sinergi pemasaran akan terjadi karena menggunakan jasa saluran distribusi, penjual, promosi, pergudangan dan administrasi penjualan yang sama.
- b. Sinergi operasi akan terwujud sebagai implikasi dari pemanfaatan fasilitas dan personil, penyebaran *overhead* serta pembelian yang terkoordinasi.
- c. Sinergi manajemen akan memberikan kontribusi penting pada akibat sinergi secara keseluruhan. Sinergi ini timbul dari pengalaman manajemen dalam mengelola masalah suatu divisi (unit bisnis), membantu menyelesaikan masalah-masalah pada divisi lainnya.
- d. Sinergi investasi dapat dihasilkan dari penggunaan secara bersama-sama terhadap fasilitas, persediaan bahan, peralatan, penelitian dan pengembangan produk.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kesimpulan

1. Posisi persaingan kelompok STA saat ini berada pada kuadran pertumbuhan (*growth*), sedangkan posisi bersaing individu STA tersebar pada sel dengan daya tarik industri dan kekuatan bisnis menengah. Dalam jangka panjang, posisi bersaing individu STA diharapkan dapat mencapai sel dengan daya tarik industri dan kekuatan bisnis yang kuat.

2. Berdasarkan matriks sinergi pada saat ini, diperoleh informasi bahwa pencapaian sinergi antar STA saat ini masih belum memadai. Pada masa yang akan datang pencapaian sinergi antar STA diharapkan dapat lebih baik, dengan lebih memantapkan kerjasama antar STA dalam hal pemasaran, operasi, manajemen dan investasi berikut.
 - a. STA Mitra Praja Werdhi Murthi (Panca Sari) akan membangun sinergi dengan STA Bukit Sari Bumi (Mayungan), STA Amerta Jati (Belok Sidan), STA Asta Giri Amerta (Payangan), STA Manik Mekar Nadi (Besakih) dengan memberikan kontribusi berupa pengadaan produk, informasi, dan manajemen.
 - b. STA Bukit Sari Bumi (Mayungan) akan membangun sinergi STA Mitra Praja Werdhi Murthi (Panca Sari) dengan memberikan kontribusi dalam hal manajemen, informasi, pemasaran, operasi, dan investasi. Kemudian akan membangun sinergi, berturut-turut dengan STA Amerta Jati (Belok Sidan), STA Asta Giri Amerta (Payangan) dan STA Manik Mekar Nadi (Besakih) dalam hal pengadaan produk, informasi, pemasaran, dan operasi.
 - c. STA Amerta Jati (Belok Sidan) akan membangun sinergi dengan STA Manik Mekar Nadi (Besakih) dan STA Mitra Praja Werdhi Murti (Panca Sari) dengan memberikan kontribusi dalam hal manajemen, pemasaran, operasi, dan investasi. STA Amerta Jati (Belok Sidan) juga akan bekerja sama dengan STA Bukit Sari Bumi (Mayungan) dan STA Asta Giri

Amerta (Payangan) dalam hal manajemen, informasi, pemasaran, dan operasi.

- d. STA Asta Giri Amerta (Payangan) akan membangun sinergi, masing-masing dengan STA Mitra Praja Werdhi Murthi (Panca Sari), STA Bukit Sari Bumi (Mayungan), STA Amerta Jati (Belok Sidan), dan STA Manik Mekar Nadi (Besakih) dengan memberikan kontribusi dalam hal pengadaan produk dan informasi.
- e. STA Manik Mekar Nadi (Besakih) akan membangun sinergi dengan STA Mitra Praja Werdhi Murthi (Panca Sari) dengan memberikan kontribusi berupa manajemen, informasi, pemasaran, operasi, dan investasi. Kemudian STA Manik Mekar Nadi (Besakih) akan membangun sinergi dengan STA Bukit Sari dan STA Asta Giri Amerta (Payangan) Bumi (Mayungan) dalam hal pengadaan produk, informasi, pemasaran, operasi, dan manajemen.

Rekomendasi

Dalam usaha membangun sinergi antar STA, perlu dilakukan perbaikan kualitas manajerial melalui upaya-upaya berikut.

- a. Meningkatkan pangsa pasar. STA di Bali yang pada awalnya berfokus pada pasar lokal seyogyanya segera memperluas pasar dengan melakukan penetrasi pasar antarpulau, utama STA di luar Bali yang sudah siap melakukan kerjasama antar STA, seperti STA Mantung di Malang, Jatim dan STA Jetis di Ambarawa, Jateng, serta menjajagi pasar potensial di Papua. Hal ini akan sangat membantu memperluas pasar mengingat masih banyaknya permintaan akan cabe merah besar.
- b. Meningkatkan kualitas produk secara kontinyu. STA harus terus-menerus berupaya meningkatkan kualitas produk cabe merah besar untuk mengantisipasi dinamika persaingan yang ada sehingga dapat mempertahankan keunggulan bersaing komoditas yang dihasilkan.
- c. Menetapkan harga produk yang kompetitif. Dalam melakukan proses pengadaan cabe merah besar sebaiknya STA meningkatkan efisiensi agar

dapat menghasilkan produk berkualitas dengan harga yang lebih kompetitif.

- d. Meningkatkan kualitas sumberdaya manusia (SDM) pada masing-masing STA. Kegiatan pendampingan di masing-masing STA secara berkesinambungan akan dapat meningkatkan kualitas SDM yang dimiliki. Pelatihan MSDM berkenaan dengan etika bisnis (*business ethic*) akan sangat bermanfaat, utamanya dalam hal meningkatkan tanggung jawab, disiplin diri, dan penghargaan kepada *stakeholders* bisnis yang bersangkutan.

REFERENSI

- Aaker, D.A. 1992. Strategic Marketing Management. 3rd Edition. John Wiley & Sons. New York.
- Boseman, G. and A.Phatak. 1988. Cases in Strategic Management. John Wiley and Son. New York.
- Rowe, R.M. and Dickel. 1982. Strategic Management Planning. Addison-Wisely. Massachusetts.
- Thompson,A.A.and A.J.Strikland III. 1998. Strategic Management: Concepts and Cases. 10th Edition. Richard D.Irwin. Homewood.

Tabel 2. Pencapaian Sinergi antar STA pada Masa yang Akan Datang

	STA Mitra Praja Werdhi Murthi (Panca Sari)	STA Bukit Sari Bumi (Mayungan)	STA Amerta Jati (Belok Sidan)	STA Asta Giri Amerta (Payangan)	STA Manik Mekar Nadi (Besakih)
STA Mitra Praja Werdhi Murthi (Panca Sari)		<ul style="list-style-type: none"> - Manajemen - Informasi - Pemasaran - Operasi - Investasi 	<ul style="list-style-type: none"> - Informasi - Pemasaran - Operasi - Manajemen - Investasi 	<ul style="list-style-type: none"> - Pengadaan produk - Informasi 	<ul style="list-style-type: none"> - Manajemen - Informasi - Pemasaran - Operasi - Investasi
STA Bukit Sari Bumi (Mayungan)	<ul style="list-style-type: none"> - Pengadaan produk - Informasi - Manajemen 		<ul style="list-style-type: none"> - Informasi - Pemasaran - Operasi - Manajemen 	<ul style="list-style-type: none"> - Pengadaan produk - Informasi 	<ul style="list-style-type: none"> - Pengadaan produk - Informasi - Pemasaran - Operasi - Manajemen
STA Amerta Jati (Belok Sidan)	<ul style="list-style-type: none"> - Pengadaan produk - Informasi - Manajemen 	<ul style="list-style-type: none"> - Pengadaan produk - Informasi - Pemasaran - Operasi 		<ul style="list-style-type: none"> - Pengadaan produk - Informasi 	<ul style="list-style-type: none"> - Pengadaan produk - Informasi - Pemasaran - Operasi - Manajemen
STA Asta Giri Amerta (Payangan)	<ul style="list-style-type: none"> - Pengadaan produk - Informasi - Manajemen 	<ul style="list-style-type: none"> - Pengadaan produk - Informasi - Pemasaran - Operasi 	<ul style="list-style-type: none"> - Informasi - Pemasaran - Operasi - Manajemen 		<ul style="list-style-type: none"> - Pengadaan produk - Informasi - Pemasaran - Operasi - Manajemen -
STA Manik Mekar Nadi (Besakih)	<ul style="list-style-type: none"> - Pengadaan produk - Informasi - Manajemen 	<ul style="list-style-type: none"> - Pengadaan produk - Informasi - Pemasaran - Operasi 	<ul style="list-style-type: none"> - Manajemen - Pemasaran - Operasi - Investasi 	<ul style="list-style-type: none"> - Pengadaan produk - Informasi 	