Jurnal MARKET
Volume 16, Juli 2010
ISSN : 1693-4806

PERANAN PUBLIC RELATION DALAM PEMBANGUNAN AGRIBISNIS

Oleh :
Marwan [1)]

Abstrak, Penulisan makalah ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pembangunan sistem agribisnis di Indonesia dan peranan public relation. Metode penulisan menggunakan metode library research. Dari hasil pembahasan dapat disimpulkan bahwa membangun sistem dan usaha agribisnis yang berdaya saing, berkerakyatan dan berkelanjutan dan terdesentraslitik merupakan tanggung jawab seluruh *stake-holder* agribisnis, sesuai dengan peranan masing-masing. Profesi *public relation* sebagai salah satu pelaku agribisnis berperan dalam membangun *public good image* baik bagi pembangunan agribisnis maupun bagi perusahaan dan produk agribisnis. Pada tingkat makro, peranan PR dalam pembangunan sistem dan usaha agribisnis diharapkan dapat membangun *good-image* tentang pentingnya pembangunan agribisnis dalam pembangunan ekonomi nasional.

Kata kunci : *public relation* dan *agribisnis*

1. **Marwan,** Dosen Kopertis Wilayah I dpk.Universitas Al-Muslim Bireuen

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Akibat kekeliruan strategi pembangunan ekonomi di masa lalu dan krisis ekonomi berkepanjangan, telah menimbulkan berbagai persoalan yang sangat parah dalam perekonomian Indonesia. Masalah kemiskinan, pengangguran, pendapatan yang rendah, ketimpangan ekonomi, ketahanan pangan yang keropos, utang luar negeri yang terlalu besar, kemerosotan mutu lingkungan hidup dan ketertinggalan perekonomian daerah merupakan sederetan masalah ekonomi yang sedang melilit perekonomian Indonesia.

Untuk memecahkan masalah ekonomi yang begitu kompleks, Indonesia memerlukan penajaman (*focusing*) strategi pembangunan ekonomi yang diharapkan mampu memberi solusi atas persoalan yang ada, tanpa menimbulkan persoalan baru. Oleh karena itu, strategi yang dipilih hendaknya memiliki karakteristik (*attributes*) sebagai berikut: Pertama, strategi yang dipilih haruslah memiliki jangkauan kemampuan memecahkan masalah ekonomi yang luas sedemikian rupa, sehingga sekali strategi yang bersangkutan diimplementasikan, sebagian besar persoalan ekonomi dapat terselesaikan; Kedua, strategi yang dipilih untuk diimplementasikan tidak mengharuskan penggunaan pembiayaan eksternal (pinjaman luar negeri dan impor) yang terlalu besar, sehingga tidak menambah utang luar negeri yang telah besar saat ini; Ketiga, strategi yang dipilih hendaknya tidak dimulai dari nol, melainkan dapat memanfaatkan hasil-hasil pembangunan sebelumnya, sehingga selain tidak menimbulkan kegamangan di dalam masyarakat, juga hasil-hasil pembangunan sebelumnya tidak menjadi sia-sia; Keempat, strategi yang dipilih untuk diimplementasikan mampu membawa perekonomian Indonesia ke masa depan yang lebih cerah, di mana Indonesia mampu menjadi saling sinergis (interdepency economy) dengan perekonoian dunia dan bukan perekonomian yang tergantung (dependency economy) pada negara lain.

Di antara pilihan-pilihan strategi pembangunan ekonomi yang ada, strategi pembangunan yang memenuhi karakteristik di atas adalah pembangunan agribisnis (*Agribusiness Led Development*) yakni suatu strategi pembangunan ekonomi yang mengintegrasikan pembangunan pertanian (termasuk perkebunan, peternakan, perikanan, kehutanan) dengan pembangunan industri hulu dan hilir pertanian serta sektor-sektor jasa yang terkait di dalamnya.

Strategi pembangunan sistem agribisnis yang bercirikan yakni berbasis pada pemberdayagunaan keragaman sumberdaya yang ada di setiap daerah (*domestic resources based*), akomodatif terhadap keragaman kualitas sumberdaya manusia yang kita miliki, tidak mengandalkan impor dan pinjaman luar negeri yang besar, berorientasi ekspor (selain memanfaatkan pasar domestik), diperkirakan mampu memecahkan sebagian besar permasalahan perekonomian yang ada. Selain itu, strategi pembangunan sistem agribisnis yang secara bertahap akan bergerak dari pembangunan yang mengandalkan sumberdaya alam dan SDM belum terampil (*factor driven*), kemudian beralih kepada pembangunan agribisnis yang digerakkan oleh barang-barang modal dan SDM lebih terampil (*capital driven*) dan kemudian beralih kepada pembangunan agribisnis yang digerakkan ilmu pengetahuan, teknologi dan SDM terampil (*innovation-driven*), diyakini mampu mengantarkan perekonomian Indonesia memiliki daya saing dan bersinergis dalam perekonomian dunia.

1.2. Tujuan Penulisan

Penulisan makalah ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pembangunan sistem agribisnis di Indonesia dan peranan public relation.

2. Uraian Teoritis

2.1. Prospek Pembangunan Sistem Agribisnis

Dilihat dari berbagai aspek, seperti potensi sumberdaya yang dimiliki, arah kebijakan pembangunan nasional, potensi pasar domestik dan internasional produk-produk agribisnis, dan peta kompetisi dunia, Indonesia memiliki prospek untuk mengembangkan sistem agribisnis. Prospek ini secara aktual dan faktual ini didukung oleh hal-hal sebagai berikut:

Pertama, pembangunan sistem agribisnis di Indonesia telah menjadi keputusan politik. Rakyat melalui MPR telah memberi arah pembangunan ekonomi sebagaimana dimuat dalam GBHN 1999-2004 yang antara lain mengamanatkan pembangunan keunggulan komparatif Indonesia sebagai negara agraris dan maritim. Arahan GBHN tersebut tidak lain adalah pembangunan sistem agribsinis.

Kedua, pembangunan sistem agribisnis juga searah dengan amanat konstitusi yakni No. 22 tahun 1999, UU No. 25 tahun 1999 dan PP 25 tahun 2000 tentang pelaksanaan Otonomi Daaerah. Dari segi ekonomi, esensi Otonomi Daerah adalah mempercepat pembangunan ekonomi daerah dengan mendayagunakan sumberdaya yang tersedia di setiap daerah, yang tidak lain adalah sumberdaya di bidang agribinsis. Selain itu, pada saat ini hampir seluruh daerah struktur perekonomiannya (pembentukan PDRB, penyerapan tenagakerja, kesempatan berusaha, eskpor) sebagian besar (sekitar 80 persen) disumbang oleh agribinsis. Karena itu, pembangunan sistem agribisnis identik dengan pembangunan ekonomi daerah.

Ketiga, Indonesia memiliki keunggulan komparatif (*comparative advantage*) dalam agribisnis. Kita memiliki kekayaan keragaman hayati (*biodivercity*) daratan dan perairan yang terbesar di dunia, lahan yang relatif luas dan subur, dan agroklimat yang bersahabat untuk agribisnis. Dari kekayaan sumberdaya yang kita miliki hampir tak terbatas produk-produk agribisnis yang dapat dihasilkan dari buni Indoensia. Selain itu, Indonesia saat ini memiliki sumberdaya manusia (SDM) agribisnis, modal sosial (kelembagaan petani, *local wisdom, indegenous technologies*) yang kuat dan infrastruktur agribisnis yang relatif lengkap untuk membangun sistem agribisnis.

Keempat, pembangunan sistem agribisnis yang berbasis pada sumberdaya domestik (*domestic resources based, high local content*) tidak memerlukan impor dan pembiayaan eksternal (utang luar negeri) yang besar. Hal ini sesuai dengan tuntutan pembangunan ke depan yang menghendaki tidak lagi menambah utang luar negeri karena utang luar negeri Indonesia yang sudah terlalu besar.

Kelima, dalam menghadapi persaingan ekonomi global, Indonesia tidak mungkin mampu bersaing pada produk-produk yang sudah dikuasai negara maju. Indonesia tidak mampu bersaing dalam industri otomotif, eletronika, dll dengan negara maju seperti Jepang, Korea Selatan, Jerman atau Perancis. Karena itu, Indonesia harus memilih produk-produk yang memungkinkan Indonesia memiliki keunggulan bersaing di mana negara-negara maju kurang memiliki keunggulan pada produk-produk yang bersangkutan. Produk yang mungkin Indonesia memiliki keunggulan bersaing adalah produk-produk agribisnis, seperti barang-barang dari karet, produk turunan CPO (detergen, sabun, palmoil, dll). Biarlah Jepang menghasilkan mobil, tetapi Indonesia menghasilkan ban-nya, bahan bakar (*palmoil diesel*), *palmoil-lubricant*.

Namun dari segi potensi pasar (*demandside*), pengembangan sistem agribisnis di Indonesia juga prospektif dengan alasan-alasan berikut ini.

Pengeluaran terbesar penduduk dunia adalah untuk barang-barang pangan (makanan, minuman), sandang (pakaian), papan (bahan bangunan dari kayu, kertas), energi serta produk farmasi dan kosmetika. Kelima kelompok produk tersebut merupakan kebutuhan dasar bagi masyarakat dunia. Sebagian besar dari kelompok produk tersebut dihasilkan dari agribisnis. Bahkan melihat kecenderungan perubahan di masa depan, agribisnis merupakan satu-satunya harapan untuk menyediakan kelima kelompok produk tersebut. Di bidang pangan, kemampuan negara-negara maju untuk menghasilkan bahan pangan makin terbatas, baik karena kelangkaan lahan maupun karena kalah bersaing dengan produk-produk non agribisnis. Hasil penelitian FAO mengungkapkan bahwa pertumbuhan produksi bahan pangan dunia ke depan akan mengalami penurunan. Pada periode tahun 1970-1990, pertumbuhan pangan dunia masih mampu mencapai 2,3 persen per tahun, pada periode 1990-2010 pertumbuhan pangan dunia akan turun menjadi 1,8 persen per tahun.

Penurunan produk pangan dunia akan lebih cepat terjadi pada produksi bahan pangan ikan dan daging sapi. Dari 17 wilayah penangkapan ikan dunia saat ini, hanya tiga wilayah penangkapan ikan (termasuk perairan Indonesia) yang masih dapat dieksploitasi (*under fishing*), sedangkan wilayah lainnya sudah *over fishing*. Kemudian, penurunan produksi daging sapi dunia akan terjadi terutama akibat munculnya penyakit sapi gila, penyakit mulut dan kuku, antraks di daratan Eropa akhir-akhir ini. Perlu dicatat bahwa hanya lima negara yakni, USA, Australia, Kanada, Selandia Baru dan Indonesia yang diakui dunia sebagai negara yang bebas penyakit hewan berbahaya (yang berarti hanya negara tersebut bebas mengekspor ke negara lain).

Kecenderungan situasi pangan dunia masa depan tersebut memberi peluang bagi agribisnis Indonesia. Indonesia yang masih memiliki ruang gerak luas dalam pengembangan agribisnis bahan pangan berkesempatan untuk memperbesar pangsanya di pasar internasional. Di bidang barang-barang serat (tekstil, barang-barang karet, kertas, bahan bangunan dan kayu) sedang terjadi beberapa perubahan yang makin menguntungkan Indonesia ke depan. Makin meningkatnya kesadaran masyarakat dunia akan pentingnya kelestarian lingkungan hidup telah mendorong masyarakat dunia mengkonsumsi barang-barang yang bersifat *bio-degradable*. Hal ini akan menggeser penggunaan produk *petro-fiber* baik dalam industri tekstil maupun dalam industri barang-barang dari karet. Penggunaan karet sintetis yang kini mencapai 60 persen dalam industri barang-barang karet dunia akan beralih pada penggunaan karet alam. Demikian juga penggunaan *petro-fiber* yang mendominansi berbagai bahan baku benang industri tekstil dunia, akan digantikan oleh *bio-fiber* (serat tanaman) seperti rayon. Sementara itu, produk kertas dunia juga sedang bergeser dari dominansi negara-negara Skandinavia ke negara tropis termasuk Indonesia yang secara alamiah paling efisien memproduksi serat alam. Kecenderungan pasar serat dunia yang demikian akan memberi peluang bagi Indonesia yang memiliki keunggulan komparatif dalam produksi serat alam.

Di bidang energi dunia juga sedang terjadi perubahan yang fundamental. Selama ini sumber energi utama dunia adalah dari sumberdaya mineral (petroleum). Namun cadangan minyak dunia makin tipis, bahkan menurut OECD Outlook 2001, persediaan minyak dunia tahun 2001 berada pada titik terendah. Sementara alternatif energi seperti energi nuklir terbukti beresiko tinggi (kasus Rusia, Jepang). Hal ini memicu harga minyak dunia meningkat menjadi US$ 25-30/barel. Kelangkaan energi dunia ini memberi kesempatan untuk mengembangkan bio-energi seperti *palmoil-diesel* (dari minyak sawit), ethanol (dari

tebu). Hal ini memberi prospek baru bagi Indonesia sebagai salah satu produsen minyak sawit terbesar di dunia.

Kelangkaan petro-energi tersebut juga akan berdampak pada industri-industri yang berbasis pada petro kimia, seperti pupuk, pestisida, detergent, dll. Industri *petro-pesticida* akan bergeser kepada *bio-pesticide*, industri *petro-detergent* akan beralih pada *bio-detergent* dan industri *petro-fertilizer* akan beralih kepada *bio-fertilizer*. Perubahan ini juga membuka peluang bagi negara-negara agribisnis seperti Indonesia. Kemudian dalam bidang farmasi dan kosmetika juga sedang terjadi proses perubahan yang makin menguntungkan negara-negara agribisnis seperti Indonesa. Makin meningkat kebutuhan hidup akan kebugaran (*fitness*), hidup sehat dan cantik, akan meningkatkan permintaan akan produk-produk farmasi, *toiletries* (sabun kecantikan; shampo, detergent, odol, dan lain-lain). Indonesia yang memiliki kekayaan keragaman biofarmaka terbesar seperti tanaman, obat-obatan, tanaman minyak atsiri dan penghasil minyak olein (minyak sawit, minyak kelapa) berkecenderungan untuk menjadi satu *global player* pada industri bio-farmasi dan kosmetika.

Selain itu, pasar domestik Indonesia juga sangat besar bagi produk-produk agribisnis. Konsumsi produk agribisnis masyarakat Indonesia masih tergolong terendah di dunia, kecuali konsumsi beras. Karena itu, pasar produk agribisnis di Indonesia masih akan terus bertumbuh setidak-tidaknya sampai 20 tahun ke depan. Dengan jumlah penduduk keempat terbesar di dunia, dan disertai dengan peningkatan pendapatan (setelah keluar dari krisis), pasar domestik Indonesia untuk produk-produk agribisnis akan bertumbuh dan dengan *market size* yang cukup besar.

2.2. Pembangunan Sistem Agribisnis

Untuk mendayagunakan keunggulan Indonesia sebagai negara agraris dan maritim serta menghadapi tantangan (Otonomi Daerah, Liberalisasi Perdagangan, perubahan pasar internasional lainnya) ke depan, pemerintah (Departemen Pertanian beserta Departemen terkait) sedang mempromosikan pembangunan sistem dan usaha agribisnis yang berdaya saing (*Competitiveness*), berkerakyatan (*People-Driven*), Berkelanjutan (*Sustainable*) dan terdesentraliasi (*Decentralized*).

Berbeda dengan pembangunan di masa lalu, di mana pembangunan pertanian dengan pembangunan industri dan jasa berjalan sendiri-sendiri, bahkan cenderung saling terlepas (*decoupling*), di masa yang akan datang pemerintah akan mengembangkannya secara sinergis melalui pembangunan sistem agribisnis yang mencakup empat subsistem sebagai berikut: (1) Sub-sistem agribisnis hulu (*up-stream agribusiness*), yakni industri-industri yang menghasilkan barang-barang modal bagi pertanian, seperti industri perbenihan/pembibitan, tanaman, ternak, ikan, industri agrokimia (pupuk, pestisida, obat, vaksin ternak./ikan), industri alat dan mesin pertanian (agro-otomotif); (2) Sub-sistem pertanian primer (*on-farm agribusiness*), yaitu kegiatan budidaya yang menghasilkan komoditi pertanian primer (usahatani tanaman pangan, usahatani hortikultura, usahatani tanaman obat-obatan (biofarmaka), usaha perkebunan, usaha peternakan, usaha perikanan, dan usaha kehutanan); (3) Sub-sistem agribisnis hilir (*down-stream agribusiness*), yaitu industri-industri yang mengolah komoditi pertanian primer menjadi olahan seperti industri makanan./minuman, industri pakan, industri barang-barang serat alam, industri farmasi, industri bio-energi dll; dan (4) Sub-sistem penyedia jasa agribisnis (*services for agribusiness*) seperti perkreditan, transportasi dan pergudangan, Litbang, Pendidikan SDM, dan kebijakan ekonomi (lihat Davis and Golberg, 1957; Downey and Steven, 1987; Saragih, 1998).

Dengan lingkup pembangunan sistem agribisnis tersebut, maka pembangunan industri, pertanian dan jasa saling memperkuat dan konvergen pada produksi produk-produk agribisnis yang dibutuhkan pasar. Pada sistem agribisnis pelakunya adalah usaha-usaha agribisnis (*firm*) yakni usahatani keluarga, usaha kelompok, usaha kecil, usaha menengah, usaha koperasi dan usaha korporasi, baik pada sub-sistem agribisnis hilir, sub-sistem *on farm*, sub-sistem agribisnis hulu maupun pada sub-sistem penyedia jasa bagi agribisnis. Karena itu, pemerintah sedang dan akan menumbuh-kembangkan dan memperkuat usaha-usaha agribisnis tersebut melalui berbagai instrumen kebijakan yang dimiliki. Pemerintah bukan lagi eksekutor, tetapi berperan sebagai fasilitator, regulator dan promotor pembangunan sistem dan usaha agribisnis. Sistem dan usaha agribisnis yang sedang dipromosikan adalah sistem dan usaha agribisnis yang berdaya saing. Hal ini dicirikan antara lain oleh efisiensi yang tinggi, mampu merespon perubahan pasar secara cepat dan efisien, menghasilkan produk bernilai tambah tinggi, menggunakan inovasi teknologi sebagai sumber pertumbuhan produktivitas dan nilai tambah. Karena itu, dalam upaya mendayagunakan keunggulan komparatif sebagai negara agraris dan maritim menjadi keunggulan bersaing, pembangunan sistem dan usaha agribisnis akan dipercepat bergeser dari yang mengandalkan sumberdaya alam dan sumberdaya manusia (SDM) belum terampil (*factor-driven*) kepada pembangunan sistem dan usaha agribisnis yang mengandalkan barang-barang modal dan SDM lebih terampil (*capital-driven*), dan kemudian pada pembangunan sistem dan usaha agribisnis yang mengandalkan ilmu pengetahuan, teknologi dan SDM terampil (*inovation-driven*). Untuk itulah pembangunan industri hulu dan hilir pertanian, pengembangan Litbang dan pendidikan SDM diintegrasikan dengan pembangunan pertanian.

Tidak saja berdaya saing, sistem dan usaha agribisnis yang sedang dipromosikan pemerintah adalah juga berkerakyatan. Hal ini dicirikan oleh pelibatan rakyat banyak dalam sistem dan usaha agribisnis, berlandaskan pada sumber daya yang dimiliki dan atau dikuasai rakyat banyak (dari rakyat) baik sumberdaya alam, sumberdaya teknologi (*indegenous technologies*), kearifan lokal (*local widom*), budaya ekonomi lokal (*local culture, capital social*) dan menjadikan organisasi ekonomi rakyat banyak menjadi pelaku utama agribisnis (oleh rakyat). Karena itu, pengembangan budaya berusaha dan jaringan usaha (*community corporate culture*) dengan menghibridisasi budaya lokal dengan budaya perusahaan modern sedang dipromosikan pemerintah. Dengan begitu hasil pembangunan sistem dan usaha agribisnis akan secara nyata dinikmati rakyat banyak di setiap daerah (untuk rakyat).

Sistem dan usaha agribisnis yang sedang dipromosikan pemerintah bukan hanya berdaya saing dan berkerakyatan, tetapi juga berkelanjutan, baik dari segi ekonomi, teknologi maupun dari segi ekologis. Dari segi ekonomi, pembangunan sistem dan usaha agribisnis yang berakar kokoh pada sumberdaya dan organisasi ekonomi lokal dan dengan menjadikan inovasi teknologi dan kreativitas (*skill*) rakyat banyak sebagai sumber pertumbuhan, akan menghasilkan sistem dan usaha agribisnis yang berkelanjutan. Selain itu, teknologi yang dikembangkan ke depan akan diupayakan teknologi ramah lingkungan (*green technology*).

Demikian juga pelestarian sumberdaya alam khususnya keragaman hayati merupakan bagian dari pembangunan sistem agribisnis yakni bagian dari pengembangan industri perbenihan/pembibitan. Dengan begitu, pembangunan sistem dan usaha agribisnis tidak hanya untuk kepentingan jangka pendek, tetapi juga kepentingan jangka panjang. Sistem dan usaha agribisnis yang berdaya saing, berkerakyatan dan berkelanjutan tersebut, dilaksanakan secara terdesentralisasi. Pembangunan sistem dan usaha agribisnis ke depan

berbeda dengan masa lalu yang sangat sentralistik dan *top-down* (*state driven*). Ke depan, pembangunan sistem dan usaha agribisnis akan dilakukan secara terdesentralisasi dan lebih mengedepankan kreativitas pelaku agribisnis daerah (*people-driven*). Hal ini bukan sekedar tuntutan UU No. 22 dan No. 25 tahun 1999 tentang Otonomi Daerah, melainkan juga karena kebutuhan objektif dari pembangunan agribisnis yang pada dasarnya berbasis pada pendayagunaan sumber daya keragaman agribisnis baik intra maupun inter daerah.

Dalam kaitan dengan desentralisasi pembangunan sistem dan usaha agribisnis ini, saat ini sedang dilakukan pembagian peranan antara pemerintah pusat dan daerah dalam bidang tugas dan tanggung jawab yang menjadi wewenang pemerintah. Prinsipnya adalah sebagai berikut. Semaksimal mungkin pembangunan sistem dan usaha agribisnis haruslah dilaksanakan oleh pelaku agribisnis di setiap daerah. Hanya bidang-bidang tertentu yakni yang tidak dapat dilakukan oleh pelaku agribisnis yang menjadi tanggung jawab pemerintah (pusat dan daerah). Hal-hal yang tidak dapat ditangani pelaku agribisnis pada wilayah Kabupaten/Kodya menjadi tanggung jawab pemerintah propinsi. Kemudian, hal-hal yang menyangkut kepentingan dua atau lebih propinsi serta kepentingan nasional menjadi tanggung jawab pemerintah pusat. Dengan pembagian peranan antara pelaku agribisnis dengan peranan pemerintah kabupaten, pemerintah propinsi, dan pemerintah pusat yang demikian akan terjalin suatu sinergis dan secara konvergen menyumbang pada terwujudnya satu sistem agribisnis yang berdaya saing, berkerakyatan dan berkelanjutan setiap daerah.

3. Pembahasan

Membangun sistem dan usaha agribisnis yang berdaya saing, berkerakyatan dan berkelanjutan dan terdesentraslitik merupakan tanggung jawab seluruh *stake-holder* agribisnis, sesuai dengan peranan masing-masing. Dunia usaha merupakan pelaku utama dari pembangunan agribisnis, pemerintah berperan sebagai fasilitator , regulator dan promotor pembangunan agribisnis, peneliti berperan dalam pengembangan teknologi, pendidikan berperan dalam peningkatan sumberdaya manusia. Sedangkan profesi *public relation* (Humas=Hubungan Masyarakat) berperan dalam membangun *public good image* baik bagi pembangunan agribisnis maupun bagi perusahaan dan produk agribisnis. Orkestra yang harmonis dari seluruh *stake-holder* agribisnis tersebutlah yang menjadi penggerak pembangunan sistem agribisnis.

Khusus tentang peranan *public ralation* (PR) dalam pembangunan sistem dan usaha agribisnis di Indonesia sampai saat ini masih belum berkembang. Padahal fungsi-fungsi PR sangat dibutuhkan dalam pembangunan sistem agribisnis, mulai dari tingkat makro sampai pada tingkat mikro. Pada tingkat makro, peranan PR dalam pembangunan sistem dan usaha agribisnis diharapkan dapat membangun *good-image* tentang pentingnya pembangunan agribisnis dalam pembangunan ekonomi nasional. Hal ini penting mengingat selama ini bekembang anggapan yang merugikan pembangunan agribisnis yakni anggarpan bahwa perekonomian modern tidak mungkin dibangun dengan mengandalkan pertanian. Kalau anggapan ini terus berkembang khususnya pada pengambil keputusan pembangunan, maka sulit kita untuk memobilsasi sumberdaya bagi pembangunan agribisnis.

Selain itu, PR sebagai kegiatan *opinion-maker* (Onong Uchjana Effendi. 1993; Soekarno, 1996; Colin Coulson-Thomson. 1999), juga diperlukan untuk memasyarakatkan paradigma baru yakni membagun sistem agribisnis merupakan suatu strategi pembangunan ekonomi yang mengintegrasikan pembangunan pertanian, industri, dan jasa. Sosialisasi paradigma seperti ini sangat penting karena peradigma pembangunan yang berkembang selama ini adalah pembangunan ekonomi harus secerpat mungkin beralih dari pertanian ke

industri dan kemudian ke sektor jasa, sehingga semakin menurun kontribusi pertanian dalam pendapatan nasional (tanpa memperdulikan jumlah penduduk yang terlibat di dalamnya) dianggap sebagai kemajuan ekonomi.

Bila paradigma pembangunan yang demikian terus berkembang atau tidak berhasil kita rubah, maka para pengambil kebijakan ekonomi akan sulit diharapkan untuk mendesain kebijakan ekonomi yang bersahabat dengan agribisnis. Masih pada level makro ini, PR agribisnis ke depan hendaknya secara pro-aktif untuk membangun *good-image* masyarakat internasional tentang kelebihan-kelebihan dari produk agribisnis tropis. Sebagai contoh telah berulang kali ASA (*American Soybean Asociation*) menuduh minyak sawit kita sebagai produk yang tidak sehat dan merusak lingkungan. Padahal perkebunan kelapa sawit dapat dipandang sebagai "Perkebunan Korban" yang menyerap lebih banyak CO2 (penyebab pemanasan iklim dunia) dibandingkan dengan minyak nabati lain. Selain itu, produk minyak sawit juga terbukti tidak mengandung kolesterol sebagaimana minyak nabati lainnya.

Bentuk-bentuk pelecehan terhadap agribisnis tropis seperti itu diperkirakan akan semakin gencar di masa yang akan datang, sebagai bentuk hambatan baru perdagangan. Karena itu, PR agribisnis Indonesia baru secara pro-aktif harus terus-menerus membangun *global good image* agribisnis Indonesia. Sedangkan untuk tujuan itu, PR agribisnis Indonesia harus berdasarkan pada kajian-kajian ilmiah sehingga tidak sekedar retorika orator saja, tetapi didukung bukti empiris. Karenanya, PR yang diharapkan ke depan hendaknya *scientic PR* (SPR) agribisnis, yang mengedepankan informasi-informasi ilmiah atau didasari oleh kajian empiris.

Pada akhirnya peranan SPR tersebut akan operasional pada level operasional (perusahaan agribisnis). Peranan SPR agribisnis pada perusahaan agribisnis, diperkirakan makin penting mengingat semakin pendeknya siklus produk (*life cycle product*) akibat makin intensifnya inovasi teknologi. Biasanya suatu produk baru tidak langsung dapat diterima oleh masyarakat karena terbatasnya informasi produk baru yang bersangkutan diterima oleh masyarakat. Di sini peranan SPR agribisnis diperlukan yakni mendeseminasi atribut-atribut produk yang bersangkutan kepada konsumen. Bagaimana *setting* dan metode kerja SPR agribisnis ini, sampai saat ini memang belum jelas. Oleh karena itu Program Studi Komunikasi Pembangunan Pertanian Institut Pertanian Bogor (PS-KMP IPB) ini perlu mengembangkan konsep SPR agribisnis ke depan. Diharapkan seminar hari ini dapat menjadi langkah pertama menghimpun pemikiran dalam pengembangan SPR agriubisnis ke depan.

4. Penutup

Kekeliruan strategi pembangunan ekonomi di masa lalu dan krisis ekonomi berkepanjangan dengan berbagai eksesnya, mengharuskan Indonesia memilih strategi pembangunan ekonomi alternatif. Dari beberapa strategi yang ada dan memenuhi beberapa karakteristik adalah pembangunan agribisnis, yakni suatu strategi pembangunan ekonomi yang mengintegrasikan pembangunan pertanian (termasuk perkebunan, peternakan, perikanan, kehutanan) dengan pembangunan industri hulu dan hilir pertanian serta sektor-sektor jasa yang terkait di dalamnya. Strategi pembangunan sistem agribisnis yang bercirikan yakni berbasis pada pemberdayagunaan keragaman sumberdaya yang ada di setiap daerah (*domestic resources based*), akomodatif terhadap keragaman kualitas sumberdaya manusia yang kita miliki, tidak mengandalkan impor dan pinjaman luar negeri yang besar, berorientasi ekspor diperkirakan mampu memecahkan sebagian besar permasalahan perekonomian yang ada. Selain itu, strategi pembangunan sistem agribisnis

secara bertahap akan bergerak dinamis menuju pembangunan agribisnis yang digerakkan ilmu pengetahuan, teknologi dan SDM terampil (*innovation-driven*), diyakini mampu mengantarkan perekonomian Indonesia memiliki daya saing dan bersinergis dalam perekonomian dunia.

Dilihat dari berbagai aspek, seperti potensi sumberdaya yang dimiliki, arah kebijakan pembangunan nasional, potensi pasar domestik dan internasional produk-produk agribisnis, dan peta kompetisi dunia, Indonesia memiliki prospek untuk mengembangkan sistem agribisnis. Untuk mendayagunakan keunggulan Indonesia sebagai negara agraris dan maritim serta menghadapi tantangan (Otonomi Daerah, Liberalisasi Perdagangan, perubahan pasar internasional lainnya) ke depan, pemerintah (Departemen Pertanian beserta Departemen terkait) sedang mempromosikan pembangunan sistem dan usaha agribisnis yang berdaya saing (*Competitiveness*), berkerakyatan (*People-Driven*), Berkelanjutan (*Sustainable*) dan terdesentraliasi (*Decentralized*).

Membangun sistem dan usaha agribisnis yang berdaya saing, berkerakyatan dan berkelanjutan dan terdesentraslitik merupakan tanggung jawab seluruh *stake-holder* agribisnis, sesuai dengan peranan masing-masing. Profesi *public relation* sebagai salah satu pelaku agribisnis berperan dalam membangun *public good image* baik bagi pembangunan agribisnis maupun bagi perusahaan dan produk agribisnis. Pada tingkat makro, peranan PR dalam pembangunan sistem dan usaha agribisnis diharapkan dapat membangun *good-image* tentang pentingnya pembangunan agribisnis dalam pembangunan ekonomi nasional.

Daftar Pustaka

Colin Coulson-Thomson. 1999. 'Public Relations, Pedoman Praktis Untuk PR' (Terjemahan). Bumi Aksara, Jakarta.

Davis, H.J. and R.A. Golberg. 1957. A Concept of Agribusiness. Harvard Graduate School of Business Administration. Boston, Massachusets.

Downey, W. David and Steven, P. Erickson. 1987. 'Agribusiness Management'. Mc Graw-Hill Book Company, New York, Second Edition.

Onong Uchjana Effendi. 1993. 'Human Raltions and Public Relations'. Penerbit Mandar Maju, Bandung.

Saragih, Bungaran. 1998. "Kumpulan Pemikiran Agribisnis: Paradigma Baru Pembangunan Ekonomi Berbasis Pertanian". Yayasan Persada Mulia Indonesia.

Soekarno, SD. 1996. 'Public Relations, Pengertian Fungsi dan Peranannya'. Penerbit CV. Papiries, Surabaya.