

## KAJIAN KELEMBAGAAN PEMBANGUNAN PERTANIAN KASUS SUB TERMINAL AGRIBISNIS (STA) DI INDONESIA

**Pujiharto**

Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
Jl. Raya Dukuhwaluh PO Box 202 Purwokerto

### ABSTRAK

**S**ub Terminal Agribisnis (STA) merupakan salah satu struktur kelembagaan untuk mendorong pemasaran komoditas pertanian yang dihasilkan di berbagai wilayah yang semakin beragam, dan memberikan jaminan kepastian harga produk yang dipasarkan oleh petani sebagai produsen sehingga harga yang diterima dapat menguntungkan para petani. Berbagai permasalahan muncul dalam penanganan STA antara lain lokasi yang cukup jauh dari sentra produksi dan ketergantungan permodalan usahatani pada pemberi modal yang sekaligus sebagai pedagang. Untuk itu perlu melakukan pemasaran produk pertanian dengan memfungsikan peran STA.

**Kata kunci :** *Sub Terminal Agribisnis (STA), kelembagaan, pemasaran, kepastian harga.*

### PENDAHULUAN

Pembangunan pertanian melalui kegiatan agribisnis, terutama dalam kaitannya dengan perbaikan struktur ekonomi masyarakat pasca krisis ekonomi sudah saatnya diimplementasikan dalam kegiatan riil di tingkat petani maupun para pelaku agribisnis lainnya secara komprehensif. Hal ini cukup beralasan mengingat bahwa selama krisis ekonomi beberapa waktu lalu, sektor pertanian khususnya kegiatan agribisnis telah mampu bertahan dengan pertumbuhan yang

positif. Namun demikian kondisi pertumbuhan yang positif tersebut secara faktual belum diikuti oleh perbaikan ekonomi bagi pelaku agribisnis di dalamnya maupun pelaku kegiatan pertanian secara keseluruhan (Saragih, 1995; Sapuan, 1996).

Pertumbuhan positif sektor pertanian belum menjadi kebanggaan nyata di tingkat petani. Tingkat kesejahteraan petani terus menurun sejalan dengan persoalan-persoalan klasik didalamnya, sekaligus menjadi bagian dan dilema dari sebuah kegiatan

agribisnis ditingkat produsen pertanian. Tingkat keuntungan kegiatan agribisnis selama ini lebih banyak dinikmati oleh para pedagang dan pelaku agribisnis lainnya di hilir (Arifin, 2001; Sumodiningrat, 2000).

Berbagai upaya telah dilakukan untuk menjembatani persoalan diatas, baik melalui program internal sektoral maupun dalam kegiatan pemberdayaan ekonomi lokal secara otonom dengan kebijakan-kebijakan daerah. Salah satu upaya yang telah dikembangkan dalam rangkaian kegiatan agribisnis ditingkat produsen, adalah melalui pemasaran komoditas pertanian dengan pendekatan kelembagaan Sub Terminal Agribisnis (STA) (Musanif, 2004).

Tujuan kajian ini adalah mengkritisi pendekatan penanganan komoditas pertanian melalui STA di beberapa sentra produksi pertanian di Indonesia pada umumnya. Kajian dilakukan dengan penelaahan dokumen dan diperkaya dengan beberapa informasi yang diperoleh dan permasalahannya yang diuraikan secara deskriptif.

## **KONSEP, DEFINISI, MANFAAT DAN SASARAN SUB TERMINAL AGRIBISNIS**

### **Konsep Dasar Sub terminal Agribisnis (STA)**

Sub terminal Agribisnis (STA), merupakan konsep yang dibakukan oleh Badan Agribisnis Pertanian pada tahun 2000, merupakan perwujudan atas fenomena yang selama ini berkembang dalam pemasaran komoditas pertanian dan sekaligus sebagai bagian dari rangkaian kegiatan agribisnis. Pemasaran komoditas pertanian selama ini, pada umumnya mempunyai mata rantai yang panjang, mulai dari petani produsen, pedagang pengumpul, pedagang besar hingga konsumen, sehingga mengakibatkan kecilnya keuntungan yang diperoleh petani. Konsumen membayar lebih mahal dari harga yang selayaknya ditawarkan sehingga biaya pemasaran (*marketing cost*) dari produsen ke konsumen menjadi tinggi.

Fenomena lain menunjukkan bahwa jaminan pasar merupakan prasyarat utama yang menentukan tingkat keunggulan suatu komoditas,

termasuk didalamnya indikasi tentang daya tampung dan potensi pengembangan pasar, tingkat efisiensi distribusi, kesesuaian agroekosistem, ketersediaan dan peluang pengembangan teknologi pertanian. Disisi lain, pola pemasaran tidak mampu menunjang upaya pengembangan berbagai jenis komoditas. Lemahnya posisi tawar petani serta semakin banyaknya produksi pesaing dari impor komoditas yang sama di pasar dalam negeri, menuntut upaya peningkatan efisiensi pemasaran dengan mengembangkan infrastruktur pemasaran.

STA sebagai suatu infrastruktur pasar, tidak saja merupakan tempat transaksi jual beli, namun juga merupakan wadah yang dapat mengakomodasi berbagai kepentingan pelaku agribisnis, seperti sarana dan prasarana pengemasan, sortasi, grading, penyimpanan, ruang pameran (*operating room*), transportasi dan pelatihan. Selain itu, STA sekaligus merupakan tempat berkomunikasi dan saling tukar informasi bagi para pelaku agribisnis.

### **Definisi Sub Terminal Agribisnis (STA)**

Menurut Badan Agribisnis Departemen Pertanian (2000), STA merupakan infrastruktur pemasaran untuk transaksi jual beli hasil-hasil pertanian, baik transaksi fisik (lelang, langganan, pasar spot) maupun non fisik (kontrak pesanan, *future market*). STA diharapkan berfungsi pula untuk pembinaan peningkatan mutu produksi sesuai dengan permintaan pasar, pusat informasi, promosi dan tempat latihan atau magang dalam usaha pengembangan peningkatan sumberdaya manusia.

Menurut Tanjung (2001) STA merupakan infrastruktur pemasaran sebagai tempat transaksi jual beli hasil-hasil pertanian baik transaksi fisik maupun non fisik yang terletak di sentra produksi. Sedangkan menurut Sukmadinata (2001) STA merupakan suatu infrastruktur pasar, tempat transaksi jual beli baik langsung, pesanan, langganan atau kontrak. STA juga merupakan wadah yang dapat mengakomodasikan berbagai

kepentingan pelaku agribisnis, seperti layanan informasi manajemen produksi sesuai dengan permintaan pasar, manajemen pengadaan sarana produksi, manajemen pasca panen (pengemasan, sortasi, grading, penyimpanan) serta kegiatan-kegiatan lainnya seperti ruang pameran, promosi, transportasi dan pelatihan. Tujuannya adalah memperlancar pemasaran dan mengembangkan agribisnis.

Batasan STA menurut Tambunan (2001) adalah lembaga pemasaran yang membantu transparansi pasar dengan cara kompilasi informasi tentang harga, jumlah penawaran dan permintaan yang sangat bermanfaat baik bagi pihak produsen maupun pasar sehingga dapat menentukan tujuan dan waktu penjualan. Penekanan dari adanya STA dititik beratkan untuk mempertimbangkan manfaat terhadap pertumbuhan dan perkembangan wilayah pedesaan.

### **Manfaat dan Sasaran Sub Terminal Agribisnis (STA)**

Sub Terminal Agribisnis (STA) sebagai infrastruktur pemasaran

berdasarkan konsep dari Badan Agribisnis Departemen Pertanian (2000); Tanjung (2001); dan Sukmadinata (2001) diharapkan bermanfaat untuk :

1. Memperlancar kegiatan dan meningkatkan efisiensi pemasaran komoditas agribisnis (pusat transaksi hasil-hasil agribisnis, jaringan pemasaran, pusat informasi komoditas pertanian, dan sarana promosi produk pertanian).
2. Mempermudah pembinaan mutu hasil-hasil agribisnis yang meliputi penyediaan tempat sortasi dan pengemasan, penyediaan air bersih, es, gudang, *cool room* dan *cold storage*, melatih para petani dan pedagang dalam penanganan dan pengemasan hasil-hasil pertanian.
3. Sebagai wadah bagi pelaku agribisnis untuk merancang bangun pengembangan agrbisnis, mensinkronkan permintaan pasar dengan manajemen lahan. Pola tanam, kebutuhan saprodi dan permodalan serta peningkatan SDM pemasaran.

4. Peningkatan pendapatan daerah melalui jasa pelayanan pemasaran.
5. Pengembangan agribisnis dan wilayah.

Sasaran utama pembangunan Sub Terminal Agribisnis pada dasarnya adalah meningkatkan nilai tambah bagi petani dan pelaku pasar. Sasaran lainnya adalah mendidik petani untuk memperbaiki kualitas produk, sekaligus merubah pola pikir ke arah agribisnis sehingga menjadi salah satu sumber pendapatan asli daerah serta mengembangkan akses pasar (Badan Agribisnis Departemen Pertanian, 2000; Sukmadinata, 2001).

Pengelolaan STA menurut Sukmadinata (2001) dapat dilakukan oleh koperasi pelaku agribisnis, dalam hal ini petani, nelayan, pengolah serta pedagang; gabungan koperasi pelaku agribisnis dengan pemerintah daerah atau bahkan bisa dilakukan oleh pengusaha swasta, baik nasional maupun asing dan nasional dengan koperasi. Begitu pula dengan BUMN dan BUMD serta gabungan dari pelaku pasar agribisnis lainnya. Dengan

demikian pengelolaan STA dapat ditentukan sesuai dengan kepentingan serta kesepakatan dari pelaku agribisnis di dalamnya.

## **BEBERAPA KASUS KEBERADAAN STA**

### **Beberapa Kasus STA di Wilayah Jawa Barat.**

Pembentukan STA saat ini telah berkembang pada beberapa lokasi, bahkan kabupaten potensial dalam sektor pertanian di Jawa Barat telah merancang pembentukan STA, baik untuk pemasaran komoditas pertanian tertentu maupun bagi semua komoditas yang dihasilkan dari kabupaten yang bersangkutan. Beberapa contoh kasus yang ditemui menunjukkan bahwa secara umum konsep STA yang dikemukakan oleh perencanaan di setiap kabupaten lebih menekankan pada upaya bagaimana alokasi sarana fisik tersebut menjadi lokomotif bagi kegiatan pembangunan daerah berikutnya. Kajian awal yang meliputi kondisi bagaimana pembentukan sistem pasar, pembentukan harga, kebiasaan dan perilaku dari pelaku kegiatan

agribisnis maupun informasi tentang potensi produksi komoditas utama dengan segala permasalahannya di tingkat produksi yang melengkapi perencanaan pembangunan sebuah STA relatif terbatas.

Tidak aktifnya STA tanaman pangan dan hortikultura di Cicurung Kabupaten Sukabumi, disebabkan oleh permasalahan mendasar antara lain: 1). Penanganan pemasaran dan pasokan komoditas jagung sebagai komoditas utama pada kegiatan STA tersebut tidak lancar. Sebagian besar petani telah terikat modal dan saprodi kepada para pedagang atau pemilik modal. Dengan demikian pemasaran hasil jagung langsung ditunjukkan kepada para pedagang atau pemilik modal tersebut; 2). Lokasi keberadaan STA menimbulkan tambahan biaya angkut yang harus ditanggung para petani dari lokasi produksi ke lokasi STA. Kondisi tersebut menyebabkan sebagian petani lebih banyak menjual hasil panennya langsung ke Pasar Induk Ramayana Bogor maupun Pasar Induk Kramatjati, dengan harga yang lebih kompetitif

dibandingkan dengan harga di STA; 3). Pola penjualan komoditas pertanian langsung ke pasar induk juga untuk menghindari pemeriksaan kembali komoditas yang sudah dipacking, karena pemeriksaan akan menambah biaya (Dinas Pertanian Tanaman Pangan Propinsi Jawa Barat, 2001).

Setiajie (2004) menjelaskan bahwa kasus STA di Cigombong-Pacet Kabupaten Cianjur kekurangan pasokan sayuran sebesar  $\pm 28$  ton setiap harinya untuk memenuhi kebutuhan pedagang dan pembeli yang melakukan transaksi dilokasi STA tersebut. Hal ini disebabkan jumlah permintaan sayuran tidak seimbang dengan produksi sayuran sehingga harus mendatangkan dari beberapa sentra produksi lainnya yang lebih berkualitas agar kebutuhan pasar dan kepercayaan pelanggan dapat terpenuhi.

STA di Kabupaten Ciamis tidak bisa mengakomodir sebagian besar produksi komoditas pertanian dikarenakan wilayah produksi yang sangat menyebar. Demikian juga STA di Kabupaten Sumedang hanya bisa

mengakomodir sebagian kecil komoditas pertanian tanaman semusim dengan jumlah yang fluktuatif. Lain halnya dengan kasus STA yang sekaligus sebagai pasar lelang di Kabupaten Majalengka. Sebagian besar petani yang memasarkan produknya di STA ini dikenai jasa Rp. 5,- sampai Rp.25,- per kilogram dari komoditi yang terjual. Petani merasa enggan memasarkan produknya seperti sayuran maupun buah-buahan di STA, mereka lebih suka pemasaran dilakukan melalui jalur ikatan dagang langsung dengan para pedagang baik pedagang pengumpul desa, kecamatan atau bahkan dengan pedagang besar di beberapa pasar induk. Petani tidak dikenai biaya apapun tergantung pada kesepakatan, biaya transportasi dan biaya lain-lain ditanggung oleh pedagang (Setiajie, 2004).

Lebih lanjut Dinas Pertanian Tanaman Pangan Propinsi Jawa Barat (2001) melaporkan beberapa permasalahan yang dihadapi oleh STA di Kabupaten Majalengka antara lain: 1). Sebagian besar petani sudah terikat

modal dengan pedagang besar atau bandar yang memberikan modal awal untuk kegiatan usahatani, sehingga saat panen harus menjual kepada pedagang tersebut; 2). Secara geografis letaknya berdekatan dengan pasar Maja yang selama ini dikenal sebagai pasar tradisional dan juga tempat pelelangan komoditas dari berbagai sentra produksi di luar kabupaten. Pasar Maja dapat memberikan tingkat harga jual yang lebih tinggi dibandingkan pasar lokal lainnya karena adanya kepercayaan dari para pedagang terhadap kualitas tinggi pada barang yang dipasarkan.

### **Beberapa Kasus STA di Wilayah Jawa Tengah.**

Dalam rangka memperpendek mata rantai perdagangan komoditas agro, pemerintah propinsi Jawa Tengah serius mengembangkan institusi pasar komoditas untuk meningkatkan peran para aktor pasar agribisnis, khususnya petani. Dengan alokasi anggaran yang cukup besar, yaitu sebesar Rp 9 miliar yang berasal dari APBD propinsi Jawa Tengah, dilakukan pembangunan STA

Soropadan di Jl. Magelang - Semarang km. 13 Pringsurat Temanggung. Pembangunan ini mulai dilakukan pada 2002 di atas lahan seluas 6 ha dengan luas bangunan lebih dari 1 ha. Tujuan STA Soropadan adalah: 1). Memperpendek mata rantai perdagangan; 2). Membentuk harga yang wajar; 3). Meningkatkan akses pasar dan informasi (harga, permintaan dan pasokan komoditas *spot & forward*); 4). Memperluas peluang perencanaan budidaya tanam; 5). Memelihara integritas pasar dan keuangan; 6). Menciptakan ajang promosi produk-produk unggulan agro, membuka peluang pasar baru, dan memperluas jaringan agribisnis; 7). Mengangkat potensi agro di tingkat lokal, regional, maupun nasional agar mampu bersaing dan profesional di pasar global; 8). Membuka wawasan dan ajang pembelajaran teknologi pertanian bagi pihak yang berkompeten di bidang agribisnis; 9). Menciptakan forum yang mempertemukan para pelaku agribisnis, antara pihak petani produsen dan menciptakan media promosi produk

unggulan agro (Dinas Pertanian Tanaman Pangan Propinsi Jawa Tengah, 2005).

Menurut Tim Pengelola STA Soropadan (2009), pada 6 Juni 2003 untuk pertama kalinya diadakan Soropadan Agro Expo (SAE) dengan komoditas aneka hasil. Hingga saat ini telah terselenggara sebanyak 29 kali dengan total transaksi sebesar Rp 2,636 trilyun, sehingga jika dirata-rata, nilai transaksi tiap penyelenggaraan lelang adalah sebesar Rp 90 miliar. Rata-rata lelang ini dilaksanakan enam kali dalam setahun. Peserta lelang tidak hanya berasal dari Jawa Tengah, juga dari luar Pulau Jawa, seperti Nusa Tenggara. Khusus untuk komoditi beras, setiap harinya pasokan beras dari Jawa Tengah berkontribusi sebesar 16% dari keseluruhan kebutuhan beras di Pasar Induk Cipinang. Sebagian transaksi tersebut terjadi di STA Soropadan ini. Pada pelaksanaan lelang ke-29, yaitu pada 23 Oktober 2009, total realisasi transaksi adalah sebesar Rp 73 miliar.

Meskipun demikian, tingkat pemanfaatan STA Soropadan masih

relatif rendah karena infrastruktur institusional suatu pasar komoditas relatif kurang diperhatikan. Selain itu, transaksi hanya terjadi pada saat pameran berlangsung sehingga terjadi waktu kosong tanpa pemanfaatan bangunan dan area STA di luar jadwal pameran. Ke depan, diperlukan penyempurnaan infrastruktur fisik seperti pembenahan transportasi dan keberadaan gudang, serta kelembagaan (berperannya pihak *grader*, perbankan, regulator), agar pasar agribisnis tersebut dapat memberikan manfaat yang optimal bagi para aktor yang terlibat, khususnya pertumbuhan pertanian Jawa Tengah (Anonim, 2008).

Keberadaan STA di daerah Bumiayu Kabupaten Brebes bisa mengkomodir produk sayuran dari para petani seperti bawang, kentang, kubis, dan wortel. Permasalahan yang muncul adalah petani bawang lebih suka menjual bawang dipinggiran jalan raya sepanjang Bumiayu-Brebes. Alasan mereka adalah 1). Bawang ditawarkan sambil dijemur dan mudah dalam pengawasan karena biasanya dekat

dengan tempat tinggal; 2). Para pedagang datang sendiri dan melakukan transaksi sesuai kesepakatan; 3). STA yang terletak di Desa Pandansari Kecamatan Bumiayu Kabupaten Brebes berjarak cukup jauh dari sentra produksi bawang (Anonim, 2009a).

Sedangkan keberadaan STA di Kabupaten Magelang yaitu STA Ngablak yang terdiri dari dua lokasi saling berdekatan (untuk pasar lelang dan STA) dan STA Sewuk sampai saat ini masih beroperasi sebagai tempat transaksi antara petani dan pedagang lokal untuk komoditas sayuran yang diproduksi dari daerah sekitar lokasi STA.

#### **Kasus STA di Kabupaten Sleman, Yogyakarta.**

STA di Kabupaten Sleman beralamat di Jl. Magelang Km 18, Lumbung Rejo, Tempel, Sleman. STA ini secara resmi berdiri pada tahun 2006 dan dikelola oleh Dinas Pertanian dan Kehutanan Kabupaten Sleman merupakan sarana usaha pemasaran untuk dapat mengakomodasi berbagai kepentingan pelaku agribisnis. Fungsi

STA di Kabupaten Sleman menurut Astuti (2009) adalah :

- 1). Tempat transaksi dan jual beli antara lain : menyediakan tempat yang memadai bagi produsen dan konsumen untuk transaksi hasil komoditas pertanian secara berkelanjutan, sebagai jalur distribusi produksi pertanian, meningkatkan pendapatan petani produsen serta memberikan kemudahan, kenyamanan dan perlindungan konsumen serta pusat kegiatan penanganan pasca panen (sortasi, *grading*, pengepakan dan *cold storage*)
- 2). Tempat informasi meliputi: pusat informasi bagi produsen dan konsumen mengenai volume, macam, dan waktu ketersediaan komoditas yang ditawarkan, sebagai forum komunikasi antara kelompok petani dan produsen
- 3). Tempat pendidikan berfungsi sebagai : tempat pelatihan bagi masyarakat untuk meningkatkan hasil pertanian, pengelolaan, pemasaran dan manajemen, tempat

magang bagi masyarakat untuk mengetahui proses kegiatan pemasaran.

- 4). Tempat pariwisata berfungsi sebagai: *rest area* dan tempat pameran hasil pertanian sebagai wahana promosi.

Kegiatan operasional STA ini dimulai sejak tahun 2006 sampai saat ini meliputi: 1). Penyiapan informasi agribisnis, berupa pengumpulan database mengenai permintaan dan penawaran pasar; 2). Pelatihan manajemen pengelolaan STA, berupa pelatihan kepada petani dan calon pengelola sehingga diharapkan akan dapat meningkatkan kualitas sumberdaya manusia guna memperlancar mekanisme pasar; 3). Menyelenggarakan pameran komoditas pertanian dan olahan; 4). Penumbuhan asosiasi berupa asosiasi buah, cabai, jamur, dan padi.

Kegiatan yang sudah dilakukan masing-masing asosiasi tersebut diantaranya adalah : 1). asosiasi buah pada devisi salak, berupa pengiriman salak pondoh ke Tangerang sebanyak 2

ton per 3 hari; 2). asosiasi cabai, berupa pengiriman cabai ke pasar induk Kramat Jati dan Tanah Tinggi dengan kuantitas 3 ton/pengiriman setiap 2 hari sekali; 3). asosiasi jamur, berupa pengiriman jamur kuping kering ke pasar induk Caringin sebanyak 2 kw/minggu, dan Tawang Simolowaru, Surabaya dengan kuantitas 2 kw/minggu; 4). asosiasi padi, pengiriman beras ke Jakarta tiap bulan Juli – Agustus sebanyak 140 ton dengan kemasan 50 kg dengan label beras melati produk STA.

#### **Kasus STA di Kabupaten Tabanan, Bali.**

Sampai dengan tahun 2006 di Propinsi Bali terdapat sekitar 12 STA yang tersebar di beberapa kabupaten. Hasil identifikasi Darmawan dan Rakasarjana (2006), STA yang cukup menonjol kegiatannya terdapat di Kabupaten Tabanan, yaitu: 1) STA Koperasi Iswara Tani yang bergerak di bidang sayuran; 2) STA Bukit Sari Bumi yang juga menekuni bisnis sayuran; 3) STA Sari Buah yang bergerak pada bisnis manggis. STA yang dibentuk

oleh pemerintah ini berawal dari kelompok-kelompok tani yang tumbuh di masyarakat. Umumnya STA dikembangkan di daerah sentra produksi hortikultura. Tujuan utamanya adalah membantu petani yang semula hanya berorientasi produksi diarahkan kepada orientasi pasar. STA dirancang sebagai tempat transaksi yang mempertemukan petani dengan para pedagang dengan harga yang cukup menguntungkan petani.

Manajemen pengelolaan STA beragam, sebagai contoh STA Iswara Tani dikelola dengan manajemen koperasi, STA Bukit Sari Bumi dengan manajemen kelompok tani dengan sistem *fee* untuk pengelola, dan STA Sari Buah dengan manajemen pedagang dengan sistem *fee* bagi pengelola. Kinerja STA Koperasi Iswara Tani cukup baik, namun kemudian mengalami kemacetan pada tahun 2004 akibat masalah manajemen (pengelola kurang menguasai pasar dan kurang transparan). STA Bukit Sari Bumi hingga kini berjalan baik, namun produk yang dihasilkan terbatas untuk

memasok pasar-pasar tradisional atau konsumen rumah tangga. Pernah dicoba untuk memasok produk ke hotel dan restoran, tetapi pembayarannya sangat lambat (1-3 bulan) sehingga mengganggu perputaran modal. STA Sari Buah berjalan cukup baik karena pengelola telah menguasai pasar ekspor manggis untuk tujuan utama Taiwan.

Suci dan Ashari. (2006) menjelaskan bahwa eksistensi STA sangat bergantung pada kemampuan pengelola dalam menjalin kemitraan dengan pelaku agribisnis lainnya. STA Bukit Sari Bumi dan STA Sari Buah telah membuktikan hal itu. Cakupan jalinan kerja sama yang dibangun dua STA tersebut agak berbeda, karena produk yang dihasilkan juga berbeda. Pada STA Bukit Sari Bumi, kemitraan usaha masih terbatas dalam wilayah kabupaten, sementara pada STA Sari Buah, kemitraan usaha selain dengan mitra lokal juga sudah terjalin dengan pasar luar negeri. Di tingkat lokal, kemitraan antara kelompok tani anggota STA Sari Buah dan Bukit Sari Bumi telah terjalin cukup lama, baik

dengan petani produsen, pedagang, maupun dengan satu pasar swalayan di Denpasar. Pada kemitraan ini, pemerintah hanya berperan dalam penyediaan sebagian modal dan pembinaan usaha. Ada kecenderungan terjadi pergeseran dari kelembagaan kemitraan usaha yang dominan pemerintah ke dominan peran kelembagaan pasar (swasta).

Kemitraan yang cukup intensif dilaksanakan oleh STA Bukit Sari Bumi dan STA Sari Buah dengan salah satu pasar swalayan di Denpasar. Gambaran aktivitas kemitraan tersebut menurut Suci dan Ashari. (2006) diuraikan berikut :

1. Manggis yang berasal dari STA Sari Buah dinilai bagus mutunya jika buah berwarna merah muda, getah kuning sedikit, tidak burik, mahkota masih utuh, dan gampang dibuka. Buah dengan kualitas seperti itu sangat disukai pasar swalayan karena memiliki daya simpan cukup lama. Pengiriman barang dilakukan dua hari sekali masing-masing 200 kg dengan harga beli Rp 7.000-Rp

- 8.000/kg dan terendah Rp 6.000/kg. Kebutuhan manggis pasar swalayan per hari 100 kg.
2. Kebutuhan kentang pasar swalayan sekitar 37 kg/hari selain dari Bali, pihak pengelola pasar swalayan juga mendatangkan kentang dari Malang, Jawa Timur.
  3. Untuk memenuhi kebutuhan cabai merah 50 kg/hari, telah dilakukan kontrak tertulis dengan petani anggota STA. Kontrak berlaku 3 bulan dan dapat diperbaharui. Isi kontrak mencakup kapan pengiriman barang,, jenis barang mutu serta berapa jumlahnya.
  4. Kendala yang dihadapi pasar swalayan adalah mutu produk sering kali tidak memenuhi standar, terutama kentang (kulit mengelupas), pasokan kurang kontinue (terutama manggis), serta jumlah pasokan sering mengalami penyusutan sehingga kurang dari jumlah yang semestinya.
  5. Berbagai upaya telah dilakukan pasar swalayan untuk membina hubungan kerja sama yang baik, diantaranya

membayar tepat waktu, membantu petani mendapatkan bibit, serta mengadakan pertemuan 3 bulan sekali dengan petani langganan untuk mendengar keluhan dan masukan dalam upaya penyempurnaan hubungan kerja sama di masa mendatang.

### **Kasus STA di Wilayah Kalimantan Selatan**

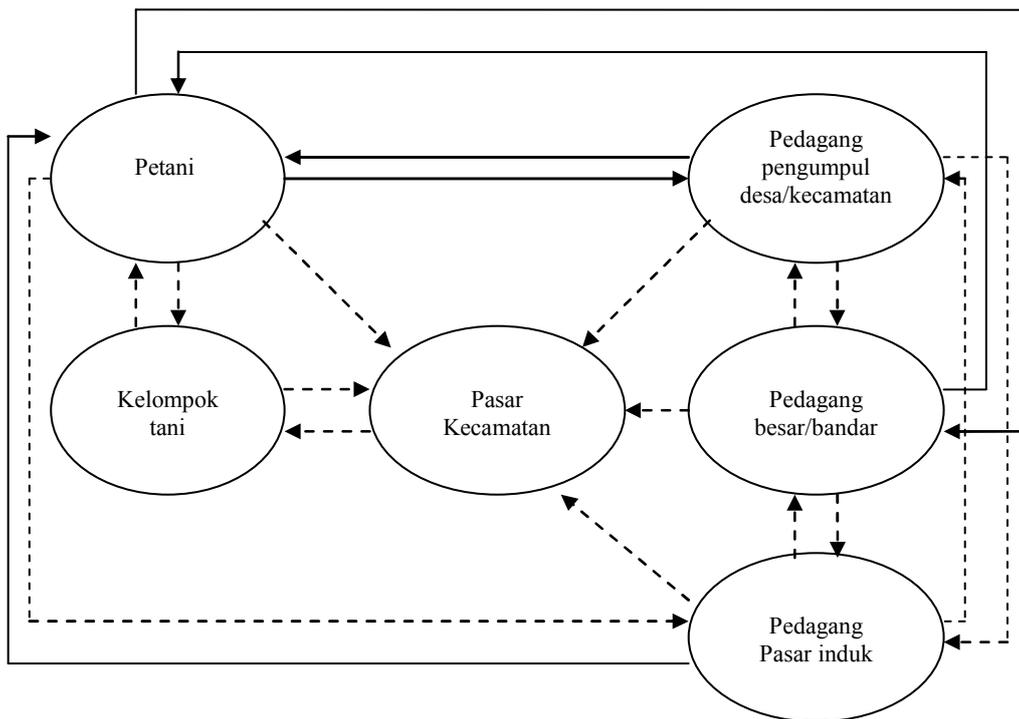
STA yang berada di dekat Pasar Ikan Komplek Pasar Induk Selidah Handil Bakti awal mulanya menggelar berbagai macam hasil pertanian (terutama buah-buahan). Namun, tempat bertemunya penjual dan pembeli buah-buahan segar kurang difungsikan lagi. Akibatnya, bangunan hasil bantuan pemerintah pusat tersebut menjadi tempat beristirahat para buruh, sopir, dan warga setempat. Alasan mereka adalah keberadaan STA tidak strategis terutama untuk produk buah-buahan, para pembeli atau pedagang lebih suka bertransaksi ditempat yang lama dengan kondisi lingkungan yang

bersih dan tidak bau ikan (karena dekat dengan pasar ikan) (Anonim, 2009b).

### KONDISI PEMASARAN KOMODITAS PERTANIAN DAN ALTERNATIF PEMASARAN DENGAN MEMFUNGSIKAN STA

Pada dasarnya kegiatan pemasaran komoditas hasil pertanian

Indonesia selama ini sangat dipengaruhi oleh adanya keterkaitan antara petani dengan pedagang, baik secara langsung maupun tidak langsung terlibat dalam proses pemasaran hasil pertanian tersebut. Dari kondisi tersebut menurut Setiajie (2004) secara umum sistem pemasaran komoditas pertanian pada gambar 1.



Gambar 1. Aliran Pemasaran Komoditas Pertanian di Lokasi Produksi

Sumber : Setiajie (2004)

Keterangan : — sudah biasa dilakukan  
 ---- kadang-kadang dilakukan

Sebagian besar petani, terutama petani dengan skala usaha kecil dan menengah, lebih banyak memasarkan produknya melalui pedagang pengumpul desa, selain itu ada juga ke pedagang kecamatan (bandar) atau bahkan ke pedagang dari pasar induk dan pedagang besar lainnya yang datang langsung ke petani. Alur pemasaran lainnya adalah petani menjual ke pedagang pengumpul kemudian dari pedagang pengumpul dipasarkan ke pedagang besar bahkan kepada pedagang dari pasar induk. Bagi para petani dengan usahatani skala besar, pemasaran produksi juga kadang-kadang dilakukan langsung ke pedagang pasar induk. Dengan dua pola tataniaga seperti ini, maka STA dan kelompok tani tidak berfungsi penuh. Penyebab utama adalah selama ini faktor produksi pada sebagian besar petani dipenuhi oleh para pedagang. Petani mempunyai kewajiban yang terikat untuk menjual hasilnya kepada mereka.

Berikut ini alternatif rumusan model pemasaran dengan melibatkan STA. Petani pada beberapa komoditas

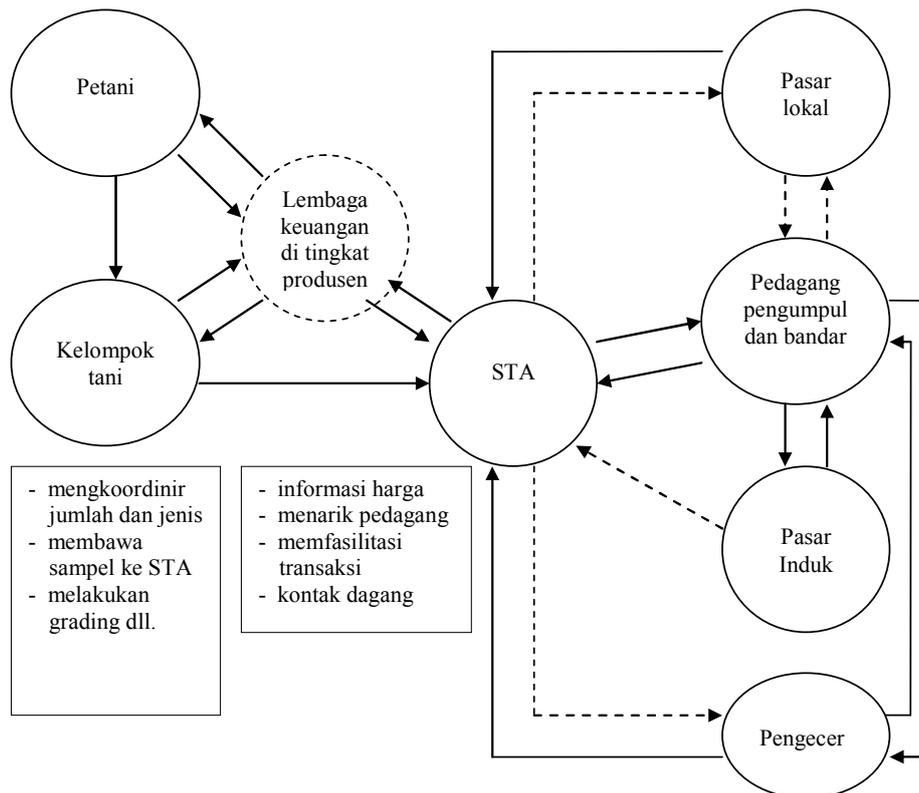
tertentu atau berdasarkan komoditas yang dominan di sentra produksi, memasarkan hasil produksinya dengan dikoordinir oleh ketua kelompok tani. Dengan cara ini ketua kelompok mempunyai data dan sampel produk yang akan ditawarkan kepada pembeli melalui STA dan sekaligus mengetahui harga pasar yang terbentuk, setelah menyerahkan sampelnya ke petugas lelang. Tugas kelompok tani disini adalah mengkoordinir jumlah produksi serta menyeleksi menjadi beberapa kriteria sesuai dengan kualitas produksi yang dihasilkan. Dengan demikian akan memberikan dampak positif bagi petani dengan menghasilkan produk yang baik dan meningkatkan kualitas produksi, sekaligus dapat memfungsikan kelompok tani.

Sebagai pelaku bisnis maka petani harus mampu melakukan manajemen dengan baik agar bisnisnya dapat berkembang. Dengan kata lain petani harus mampu melakukan kegiatan produksi dan pemasaran produk yang dapat memberikan keuntungan yang maksimal. Petani

dituntut untuk dapat mengatur penggunaan faktor produksi secara efisien untuk menekan biaya produksi dan mengatur jenis produk yang menguntungkan. Di samping itu juga petani harus mampu mengelola modalnya dengan baik dan mengadopsi

teknologi produksi dan pemasaran untuk menjamin kegiatan usaha secara berkesinambungan.

Pada gambar 2, pedagang lokal di pasar lokal dan pedagang pengecer selama ini disuplai dari para pedagang pengumpul desa atau bandar sehingga



Gambar 2. Alternatif Kegiatan Pemasaran dengan Memfungsikan Sub Terminal Agribisnis di Sentra Produksi

Sumber : Setiajie (2004)

Keterangan : — sudah biasa dilakukan  
 ---- kadang-kadang dilakukan

akses pedagang lainnya, termasuk pedagang pengumpul tidak secara langsung datang ke petani, tetapi setiap saat dapat akses ke STA. Kegiatan petani dan produksinya harus diketahui oleh pedagang pengumpul sebagai bahan untuk penentuan harga pembelian maupun harga jual ke tingkat pedagang yang lebih tinggi. Pada saat tertentu pedagang pengecer, pasar lokal dan pasar induk juga bisa akses ke STA untuk mendapatkan komoditas yang dibutuhkan.

Fungsi STA dalam hal ini adalah untuk mempertemukan antara pedagang (pembeli) kepada komoditas yang ditawarkan oleh kelompok tani. Tampak bahwa peran terpenting STA sangat terkait dengan informasi harga pasar yang terjadi dengan patokan di tingkat pasar induk. Fungsi lain dari STA adalah melakukan fungsi pelelangan atau mengatur sepenuhnya proses transaksi antara petani yang diwakili kelompok tani dengan beberapa pedagang, melalui ketentuan yang sudah disepakati sebelumnya.

Dengan demikian STA akan bisa menjembatani permodalan petani serta memberikan alternatif bagi petani untuk secara bertahap keluar dari ketergantungannya kepada para pemodal sebelumnya. Diharapkan para petani menjadi lebih bebas memasarkan produknya melalui STA. STA yang ada juga harus bisa menjadi sumber pendistribusian kebutuhan produksi yang diminta oleh para pedagang. Secara tidak langsung peran STA adalah merupakan stabilisator terhadap kesinambungan dan kontinuitas produksi serta ketersediaan produk di pasaran dan ditingkat konsumen yang ada pada akhirnya pembentukan harga relatif stabil.

Fungsi lembaga keuangan selain untuk memberikan pinjaman modal kepada petani juga menjadi pengikat secara tidak langsung terhadap pola pemasaran produk yang dihasilkan petani dengan STA. Namun, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan berkaitan dengan kelembagaan dan fungsinya, diantaranya adalah kemudahan-kemudahan administrasi

serta prosedur yang disederhanakan atau kredit bunga rendah. Lembaga keuangan harus senantiasa berhubungan dengan pengurus kelompok tani dan STA, agar dapat memantau kegiatan pemasarannya.

### **KESIMPULAN**

Struktur kelembagaan STA dalam pelaksanaannya masih banyak mengalami permasalahan yang berakar dari hal-hal sebagai berikut:

1. Petani sebagai produsen komoditas pertanian maupun para pelaku kegiatan tataniaga lainnya yang ada dalam sistem pemasaran, masih melakukan cara pemasaran langsung kepada pedagang pengumpul di tingkat desa, kecamatan bahkan langsung ke pedagang besar di pasar induk yang datang ke lokasi produksi. Sistem pemasaran langsung tersebut menyebabkan kegiatan STA tidak berjalan dengan sesungguhnya.
2. Ketergantungan petani dalam sistem permodalan usahatani yang dilakukan selama ini, merupakan penyebab utama STA tidak berjalan dalam tatanan sesungguhnya. Modal usahatani tergantung dari pinjaman dari pemilik modal yang sekaligus sebagai pedagang, sehingga untuk mengembalikan modal tersebut maka penjualan hasil produksi banyak dilakukan kepada pedagang pemberi modal.
3. Keberadaan dan fungsi STA belum banyak diketahui oleh sebagian petani. Lokasi STA yang kurang strategis menyebabkan kegiatan STA yang ada belum dapat dimanfaatkan dengan baik oleh petani dan pedagang dalam melakukan kegiatan transaksi penjualan maupun pembelian komoditas yang dihasilkan di sentra produksi.
4. Agar keberadaan STA dapat dimanfaatkan sepenuhnya maka berbagai permasalahan yang ada harus diatasi. Penyediaan modal usahatani bagi petani produsen perlu ditingkatkan, sehingga petani tidak lagi tergantung kepada pedagang yang sekaligus terikat

untuk memasarkan kepada pedagang tersebut. Pemilihan lokasi dan keberadaan serta sistem operasionalnya kepada petani dan pedagang perlu menjadi perhatian untuk mengoptimalkannya.

5. Pemerintah atau lembaga terkait perlu membuat standar mengenai STA, baik yang menyangkut bangunan fisik, prasarana penunjang maupun sumber daya manusia pengelolanya. STA dinilai memadai bila memenuhi beberapa faktor penggerak pembangunan, yaitu: 1). infrastruktur fisik berupa bangunan utama untuk transaksi jual beli; 2). tempat penanganan pascapanen (pencucian, sortasi, pengepakan) serta gudang sebagai tempat penyimpanan; 3). sarana seperti keranjang, timbangan, dan meja; 4). kantor pengelola; 5). tempat bongkar muat dan jasa angkut, serta; (6) prasarana jalan termasuk tempat parkir.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2008. Sub Terminal Agribisnis Soropadan Mendorong Pertumbuhan Sektor Pertanian Jawa Tengah. Kajian Ekonomi Regional, Semarang. Jawa Tengah.
- Anonim. 2009a. Sub Terminal Agribisnis di Kecamatan Bumiayu Kabupaten Brebes dan Permasalahannya. diunduh dari <http://www.pemda.brebes/bumiayu/distanhutbun/sta/>
- Anonim. 2009b. Kondisi Sub Terminal Agribisnis : Tidak Berfungsi? diunduh dari <http://www.pemda.kalsel/ditanpangan/uptd/sta/>
- Astuti, Liem. 2009. Profil dan Kegiatan Operasional UPTD STA Kabupaten Sleman. Pemerintah Daerah Kabupaten Sleman, Propinsi DIY.
- Arifin, Bustanul. 2001. Spektrum Kebijakan Pertanian Indonesia, Telaahan, Struktur, Kasus dan Alternatif Strategi. Erlangga. Jakarta.
- Badan Agribisnis Departemen Pertanian. 2000. Petunjuk Teknis Pengembangan Sub Terminal Agribisnis. Jakarta.

- Darmawan, Dwi Putra dan I Dewa Gede Rakasarjana. 2006. Strategi Membangun Sinergi Antar Sub Terminal Agribisnis (STA) di Propinsi Bali. Makalah Seminar Nasional. Fakultas Pertanian Universitas Udayana, Bali.
- Dinas Pertanian Tanaman Pangan Propinsi Jawa Barat. 2001. Kajian Pengembangan Pemasaran Model Pelelangan Komoditas Agribisnis pada Sentra Produksi. Kerjasama Dinas Pertanian Tanaman Pangan Propinsi Jawa Barat dengan PT Arjasari Primarya Bandung.
- Dinas Pertanian Tanaman Pangan Propinsi Jawa Tengah. 2005. Profil STA Soropadan . Semarang, Jawa Tengah.
- Dinas Pertanian dan Kehutanan Kabupaten Sleman. 2009. Profil dan Kegiatan Sub Terminal Agribisnis. Laporan Tahunan.
- Musanif, J. 2004. Pasar Dalam Negeri, Internasional, BPP dan Terminal Agribisnis. Sinar Tani, Edisi 26 Mei – 1 Juni 2004 No. 3049 Tahun XXXIV.
- Sapuan. 1996. Peranan Agrobisnis Dalam Teori Keseimbangan. Jurnal Prakarsa No.3 Th. Ke II, Edisi Mei 1996. PDP-UNPAD. Bandung.
- Saragih, B. 1995. Pengembangan Agribisnis Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional Menghadapi Abad-21. Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor, 21 Desember 1995. Bogor.
- Setiajie, I. 2004. Menjadikan Sub Terminal Agribisnis (STA) sebagai Kelembagaan Pemasaran di Sentra Produksi. Sinar Tani Edisi 4-10 Februari 2004. No.3033 Tahun XXXIV.
- Suci, Kurnia Indraningsih dan Ashari. 2006. Sub Terminal Agribisnis Penggerak Perekonomian Petani Bali. Warta Penelitian dan Pengembangan Pertanian Vol. 28 No. 5 Tahun 2006.
- Sukmadinata, T. 2001. Sistem Pengelolaan Sub Terminal Agribisnis Secara Terpadu untuk Memberikan Nilai Tambah Pelaku dan Produk Agribisnis. Makalah pada Apresiasi Manajemen Kelayanan Terminal Agribisnis, Sub Terminal Agribisnis, Pergudangan dan Distribusi, tanggal 14-16 Agustus 2001. Cisarua.
- Sumodiningrat, Gunawan. 2000. Pembangunan Ekonomi Melalui Pengembangan Pertanian. PT. Bina Reni Pariwara. Jakarta.

- Tambunan, A.. 2001. Kriteria Sub Terminal Agribisnis. Makalah pada Apresiasi Manajemen Kelayakan Terminal Agribisnis, Sub Terminal Agribisnis, Pergudangan dan Distribusi, tanggal 14-16 Agustus 2001. Cisarua.
- Tanjung, D. 2001. Metoda Analisis Studi Kelayakan Pembangunan STA. Makalah pada Apresiasi Manajemen Kelayakan Terminal Agribisnis, Sub Terminal Agribisnis, Pergudangan dan Distribusi, tanggal 14-16 Agustus 2001. Cisarua.
- Tim Pengelola STA Soropadan. 2009. Soropadan Agro Expo (SAE) ke-29. Laporan Pelaksanaan Lelang Tahunan.