

*Bunga Rampai*



# RANTAI PASOK KOMODITAS PERTANIAN INDONESIA



Erna Maria Lokollo (Editor)

## KATA PENGANTAR

Dalam konteks keberlanjutan pembangunan pertanian, perubahan lingkungan strategis seperti liberalisasi perdagangan, pesatnya pertumbuhan pasar modern, dinamika permintaan pasar, dan perubahan preferensi konsumen menuntut adanya perbaikan dalam sistem manajemen rantai pasok (*Supply Chain Management/SCM*). Dengan penerapan SCM secara konsisten dan berkesinambungan diharapkan terjadi peningkatan produktivitas, efisiensi usaha, efektivitas distribusi sehingga dapat memenuhi sekaligus memuaskan kebutuhan konsumen. Dengan demikian, pemahaman yang utuh tentang SCM mutlak diperlukan oleh seluruh *stakeholder* pertanian.

Buku ini mengulas tentang SCM yang dimulai dari tataran teoritis dan selanjutnya membahasnya dengan menyetengahkan kasus pada beberapa komoditas baik di subsektor tanaman pangan, hortikultura, peternakan, maupun perkebunan. Secara singkat dapat dikemukakan bahwa SCM akan memberikan manfaat jika telah memenuhi persyaratan: (1) aktivitas yang dilakukan sepanjang rantai pasok harus menghasilkan nilai tambah, (2) ada peranan jasa di setiap simpul, (3) harus ada “penentu” harga, (4) ada hubungan kesepadanan antara pelaku, dan (5) harus teridentifikasi penentu dan pengambil keputusan (*key decision makers*).

Akhirnya, kepada semua penulis yang telah berkontribusi dalam penyusunan buku ini dan editor yang telah mengedit naskah serta redaksi pelaksana yang telah bekerja keras mewujudkan buku ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya. Kami menyadari bahwa buku ini masih memiliki banyak kekurangan, oleh karena itu mohon masukan dan saran yang konstruktif untuk perbaikan ke depan. Semoga buku ini bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Bogor, Oktober 2012

Kepala Pusat Sosial  
Ekonomi dan Kebijakan Pertanian

Dr. Handewi P. Saliem

## DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI .....	iii
SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (SCM) ATAU MANAJEMEN RANTAI PASOK.....	1
RANTAI PASOK KOMODITAS PERTANIAN :	
Rantai Pasok Beras di Indonesia (Kasus Provinsi Jabar, Kalbar, dan Kalsel) .....	5
<i>Dewa K.S. Swastika dan Sumaryanto</i>	
Rice Sustainability in Aceh: Production and Beyond.....	27
<i>Erna Maria Lokollo, Dewa Ketut Sadra Swastika and Wahida</i>	
Rantai Pasok Kentang (Studi Kasus di Kabupaten Garut Jawa Barat) .....	42
<i>Muchjidin Rachmat, Mardiah Hayati dan Desi Rahmaniar</i>	
Manajemen Rantai Pasok ( <i>Supply Chain Management</i> ) pada Komoditas Cabai Merah Besar di Jawa Tengah.....	58
<i>Saptana</i>	
Manajemen Rantai Pasok ( <i>Supply Chain Management</i> ) Komoditas Melon dan Semangka.....	82
<i>Saptana, Adang Agustian, dan Sunarsih</i>	
Manajemen Rantai Pasok (SCM) Kopi .....	100
<i>Reni Kustiari</i>	
Rantai Pasok Tembakau Indonesia .....	124
<i>Muchjidin Rachmat dan Sri Nuryanti</i>	
Manajemen Rantai Pasok ( <i>Supply Chains Management</i> ) Melalui Strategi Kemitraan pada Industri Broiler .....	137
<i>Saptana dan Arief Daryanto</i>	
Manajemen Rantai Pasok Ternak dan Daging Sapi di Nusa Tenggara Timur .....	158
<i>Prajogo U. Hadi</i>	
PENUTUP.....	174
TINJAUAN KRITIS	
RANTAI PASOK (SCM) KOMODITAS PERTANIAN INDONESIA.....	176
<i>Erna Maria Lokollo</i>	
ACKNOWLEDGEMENTS .....	178

# SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (SCM) ATAU MANAJEMEN RANTAI PASOK

*Erna Maria Lokollo*

## **Konsep dasar dan sebagai alat analisis**

Supply Chain atau Rantai Pasok adalah semua kegiatan atau usaha yang melibatkan semua pihak baik yang memproduksi dan atau menghasilkan barang atau jasa, mulai dari produsen dan atau supplier bahan baku sampai pada konsumen akhir. Supply Chain Management atau Manajemen Rantai Pasok adalah kegiatan mengelola penawaran dan permintaan, termasuk di dalamnya pengadaan bahan baku, input produksi, kegiatan atau proses produksi dan perakitan, kegiatan penyimpanan hasil produksi dan pengelolaan inventory, proses pengiriman dan penanganannya serta distribusi, sampai kepada *delivery* ke konsumen akhir.

Mengapa Rantai Pasok itu menjadi penting? Dalam waktu lampau, hanya produsen atau manufactures sajalah yang menjadi motor penggerak rantai pasok barang-barang dan jasa – kemana dan berapa besar jumlah barang yang akan di produksi atau di distribusi ke konsumen atau masyarakat. Dewasa ini, konsumenlah yang menentukan. Para produsen berupaya untuk memenuhi keinginan atau permintaan konsumen, baik dalam bentuk, styles, features, bagaimana penyampaianya apakah quick order fulfillment atau fast delivery dan bagaimana kemasannya.

## **Definisi dan Pengertian “Supply Chain Management” (SCM)**

Beberapa definisi atau pengertian Supply Chain Management (SCM) yang ada adalah sebagai berikut:

Supply Chain Management (SCM) adalah tinjauan secara menyeluruh dan utuh akan aliran barang-barang, jasa maupun uang, meliputi proses produksi, mulai dari bahan baku sampai kepada pengecer dan konsumen akhir. SCM mencakup secara keseluruhan koordinasi dan integrasi dari aliran barang dan uang dari semua pelaku yang terlibat.

*Harland* mendefinisikan SCM sebagai manajemen dari jaringan bisnis mulai dari awal produksi sampai kepada pemenuhan permintaan barang-barang dan jasa yang diinginkan konsumen akhir (Harland, 1996). SCM meliputi semua aliran barang dan jasa termasuk di dalamnya penyimpanan (storage) bahan baku atau bahan dasar untuk proses produksi sampai kepada barang jadi atau barang akhir yang diinginkan konsumen akhir. Oleh karena itu meliputi hal yang sangat luas, mulai dari titik awal sebelum proses produksi, proses produksi, proses inventori dan distribusi, sampai kepada titik akhir konsumen.

Definisi lainnya dari APICS Dictionary adalah sebagai berikut: SCM adalah “*design, planning, execution, control, and monitoring of supply chain activities with the objective of creating net value, building a competitive infrastructure, leveraging worldwide logistics, synchronizing supply with demand and measuring performance globally.*”

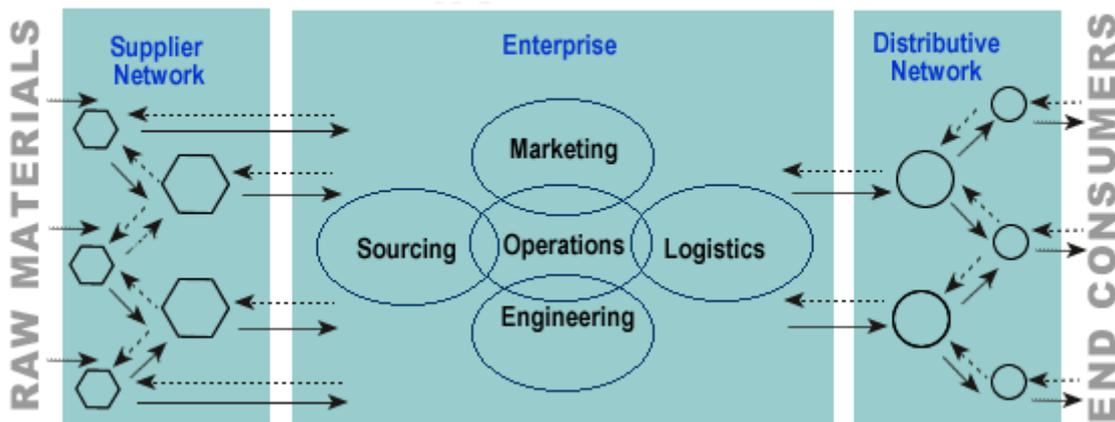
Definisi yang sudah umum dan sering digunakan dari SCM atau manajemen rantai pasok adalah:

- Supply chain management is the systematic, strategic coordination of the traditional business functions and the tactics across these business functions within a particular company and across businesses within the supply chain, for the purposes of improving the long-term performance of the individual companies and the supply chain as a whole (Mentzer *et al.*, 2001).

- A customer focused definition is given by Hines (2004) "Supply chain strategies require a total systems view of the linkages in the chain that work together efficiently to create customer satisfaction at the end point of delivery to the consumer. As a consequence costs must be lowered throughout the chain by driving out unnecessary costs and focusing attention on adding value. Throughout efficiency must be increased, bottlenecks removed and performance measurement must focus on total systems efficiency and equitable reward distribution to those in the supply chain adding value. The supply chain system must be responsive to customer requirements."
- Global supply chain forum - supply chain management is the integration of key business processes across the supply chain for the purpose of creating value for customers and stakeholders (Lambert, 2008).
- According to the [Council of Supply Chain Management Professionals](#) (CSCMP), supply chain management encompasses the planning and management of all activities involved in [sourcing](#), [procurement](#), conversion, and [logistics management](#). It also includes the crucial components of coordination and collaboration with [channel partners](#), which can be [suppliers](#), [intermediaries](#), third-party service providers, and [customers](#). In essence, supply chain management integrates [supply and demand](#) management within and across companies. More recently, the loosely coupled, self-organizing network of businesses that cooperate to provide product and service offerings has been called the [Extended Enterprise](#).

Kebanyakan konsep SCM ini dipergunakan atau diaplikasikan pada industri-industri dan perusahaan-perusahaan berskala besar. Mengapa? Karena persaingan yang semakin tinggi memaksa setiap perusahaan untuk menjalankan operasionalnya secara lebih efisien, baik dari sisi biaya, waktu, maupun proses. Bagi perusahaan atau industri, penerapan SCM dapat diandalkan untuk mengatasi permasalahan produktivitas atau manajemen. Manfaat dari penerapan SCM yang menjadikan bisnis atau perusahaan menjadi lebih efisien dan efektif, diuraikan oleh *Peter J. Metz* dalam bukunya "*Demystifying Supply Chain Management*". Di dalam bukunya dikatakan bahwa SCM dapat menjadikan inventory berkurang 50 persen, supply chain total cost share of revenue berkurang 20 persen, on-time deliveries naik 40 persen, cumulative cycle time berkurang 27 persen, revenue naik 17 persen dan out-of-stock incidents berkurang hingga 9 kali. Oleh karena itu, maka semakin bertambahlah perusahaan-perusahaan dan industri yang menerapkan atau mengaplikasikan konsep supply-chain management ini.

Pada intinya *Supply Chain* atau *Rantai Pasokan* adalah suatu set atau paket pengelolaan terpadu yang terintegrasi dan saling terkait, mulai dari industri hulu sampai ke hilir. Keterkaitan dan hubungan yang terjadi meliputi aliran barang/produk, services, uang/modal, maupun informasi dari produsen awal sampai pada konsumen akhir. Pengelolaan atau manajemen rantai pasok tersebut-lah yang dinamakan dengan manajemen rantai pasok (Supply Chain Management-SCM). Oleh karena itu, SCM mengintegrasikan permintaan dan penawaran, baik dalam suatu usaha/kegiatan maupun antar-perusahaan. Di dalam perusahaan atau industri dinegara-negara yang sudah maju, maka SCM is an integrating function with primary responsibility for linking major business functions and business processes within and across companies into a cohesive and high-performing business model. It includes all of the logistics management activities noted above, as well as manufacturing operations, and it drives coordination of processes and activities with and across marketing, sales, product design, finance and information technology. Gambar atau ilustrasi dibawah ini menjelaskan tentang apa saja cakupan dan kegiatan yang terjadi dalam Supply Chain Management (SCM).



Gambar 1. Supply Chain Activities

### Penerapan konsep Supply Chain Management di Pertanian dan di Indonesia

Di bidang pertanian, penerapan konsep SCM ini juga membuahkan hasil peningkatan efisiensi. Untuk industri yang menggunakan bahan baku atau raw-material dari pertanian konsep SCM ini dengan mudah dapat diterapkan. Namun untuk proses produksi pertanian sendiri, - terutama di negara-negara berkembang-, penerapan konsep SCM ini seringkali menemukan beberapa tantangan dan kendala. Tantangan dan kendala tersebut adalah skala kepemilikan lahan yang sangat kecil (dibawah 0,1 hektar), ketidaktahuan petani penanam akan permintaan akhir konsumen dan juga aliran informasi harga dan services yang tidak menentu (*asymetric information*) serta kedudukan yang tidak sama dalam mata-rantai proses produksi. Petani sebagai penanam/produsen juga seringkali hanya mempunyai kedudukan sebagai *price-taker* saja sedangkan penentu harga biasanya adalah pedagang pengumpul ataupun pedagang tingkat yang lebih besar (kecamatan, antar-pulau, dan eksportir/importir).

Di Indonesia, kita ketahui bahwa sektor pertanian telah diakui memiliki peranan penting dalam perekonomian nasional. Hal ini dapat di lihat dari kemampuan sektor pertanian berkontribusi pada Produk Domestik Bruto (PDB), dalam penyerapan tenaga kerja dan penciptaan kesempatan kerja/usaha, dalam peningkatan pendapatan masyarakat, serta sebagai sumber perolehan devisa. Pertanian untuk pembangunan nasional juga dipandang sebagai suatu sektor yang memiliki kemampuan khusus dalam menghasilkan pertumbuhan yang berkualitas (*growth with equity*). Selayaknya sektor pertanian dijadikan sebagai suatu sektor ekonomi yang sejajar dengan sektor lainnya, Sektor pertanian seyogyanya tidak lagi hanya berperan sebagai aktor pembantu apalagi figuran bagi pembangunan nasional, tetapi harus menjadi pemeran utama yang sejajar dengan sektor industri atau lainnya (*Daryanto, 2011*). Untuk menjadikan sektor pertanian itu mampu sejajar dengan sektor lainnya, maka diperlukan penerapan konsep SCM dalam memenuhi permintaan konsumen akan produk pertanian, baik permintaan sebagai bahan baku (permintaan antara) untuk agroindustri maupun permintaan final demand (*fresh products/produk segar yang langsung dikonsumsi*). Penerapan atau aplikasi konsep SCM dalam pertanian akan meningkatkan efisiensi di setiap

lini dan rantai, sehingga para pelaku rantai pasok (SCM) dapat memperoleh manfaat, mulai dari hulu (input produksi) sampai ke hilir atau konsumen akhir.

Ada enam hal pokok yang harus diperhatikan dalam manajemen rantai pasok, yaitu dalam memperhatikan aliran barang/komoditi, aliran jasa/services, maupun aliran information. Keenam hal tersebut adalah: (1) aktivitas yang dilakukan apakah menghasilkan nilai tambah, (2) bagaimana atau dimana peranan services atau jasa di setiap titik simpul atau mata rantai, (3) apa dan siapa yang menentukan harga, (4) hubungan kesepadanan diantara tiap pelaku, (5) bagaimana sampai nilai tambah di tiap simpul itu ada (how value is created), dan (6) siapa saja pemeran utama atau penentu (*key decision-makers*).

Pada bab-bab berikut ini dapat diikuti penerapan konsep SCM pada beberapa produk pertanian di Indonesia. Pada akhirnya penerapan konsep ini akan dapat membantu melihat dan mendapatkan gambaran secara menyeluruh akan adanya aliran komoditi, jasa, uang maupun lainnya, sehingga apabila diperlukan dan dibutuhkan, maka hambatan-hambatan atau sumbatan-sumbatan (*bottle-neck*) yang terlihat atau mungkin timbul, akan dapat di hilangkan atau diperbaiki. Pada akhirnya diharapkan agar daya saing dan efisiensi mata rantai dapat lebih ditingkatkan dan tiap-tiap pelaku (*agents/actors*) mata rantai atau simpul akan mendapatkan keuntungan dan kesejahteraan yang meningkat.

## PENUTUP

Untuk komoditas pangan utama (beras), kegiatan rantai pasok di mulai dari petani penanam yang menghasilkan gabah kering panen (GKP) yang kemudian di distribusikan oleh pedagang gabah (*traders*) ke pabrik penggilingan padi. Aktivitas pengeringan, penggilingan dan pengemasan dilakukan oleh penggilingan padi. Dengan demikian nilai tambah (*value-added*) ada pada penggilingan padi namun margin keuntungan yang diperoleh penggilingan tersebut sangatlah kecil, meskipun demikian penggilingan memperoleh insentif dari hasil penjualan produk sampingan dari kegiatan menggiling tersebut berupa dedak dan menir. Pada manajemen rantai pasok beras ini, para pelaku (*actors/agents*) adalah: petani penanam (*farmers*), pedagang pengumpul desa (*village collectors*), penggilingan padi (*small or medium rice milers*), *trader agents* (*wholesalers*), dan pedagang pengecer (*retailers*).

Pada komoditas hortikultura, kegiatan rantai pasok dilakukan oleh para pelaku yang hampir serupa dengan klasifikasi pelaku pada komoditas tanaman pangan. Pada komoditas kentang di Garut-Jawa Barat, baik kentang sayur (*Granola*) maupun kentang industri (*Atlanta*); manajemen rantai pasok telah tertata dengan baik dengan pola kemitraan. Permasalahan (*bottle-necks*) yang masih di jumpai dalam aktivitas rantai pasok adalah (i) penyediaan benih bermutu, (ii) penerapan pola tanam, (iii) permodalan, (iv) sistem informasi produksi dan harga, dan (v) kondisi prasarana jalan usahatani. Oleh karena itu pengembangan perbenihan, penerapan pola tanam yang baik, dukungan permodalan serta dukungan infrastruktur jalan, sangat diharapkan agar tiap-tiap pelaku rantai pasok mendapatkan efisiensi kegiatan yang dilakukan dan keuntungan yang bertambah. Pada komoditas cabai merah besar, terlihat adanya dua pola rantai pasok, yaitu (1) pola dagang umum dan (2) pola integrasi atau pola kemitraan dengan industri pengolahan dan supermarket. Penerapan konsep manajemen rantai pasok (SCM) melalui pola integrasi atau kemitraan ternyata mampu meningkatkan efisiensi tiap pelaku kegiatan dan mampu meningkatkan daya saing ekspor komoditas cabe merah Indonesia. Pada komoditas melon dan semangka, manajemen rantai pasok (SCM) melalui integrasi dan koordinasi vertikal adalah yang paling baik dalam kemampuannya meningkatkan produktivitas, efisiensi usaha, akses terhadap pasar, serta dalam rangka meningkatkan daya-saing melon dan semangka Indonesia. Namun dalam penerapan konsep SCM diperlukan komitmen yang tinggi, keterbukaan, dan keterpaduan di antara pihak-pihak yang bermitra.

Secara umum rantai pasok komoditas perkebunan biji kopi Indonesia dikuasai oleh perusahaan *roaster* domestik yang merupakan cabang *roaster* di luar negeri dan merupakan pengeksport dengan fasilitas penanaman modal asing (PMA) di dalam negeri. Khusus tentang pasar kopi ekspor, pengeksport dengan fasilitas PMA mendominasi pasar biji kopi karena kemampuannya dalam menguasai jalur distribusi pasokan berkat dukungan modal kerja dari induk perusahaan di luar negeri dan bunga pinjaman bunga dari bank negara asal yang lebih murah (6 persen per tahun) dan penguasaan informasi pasar. Fluktuasi harga komoditas kopi di pasar dunia mengalami kecenderungan meningkat dengan volatilitas yang cukup tinggi. Harga yang tinggi ini menjadi insentif dan mendapat respons yang positif dari petani penanam. Namun, hal ini tidak dapat dengan cepat dan lugas diantisipasi oleh petani penanam kopi di dalam negeri, karena kopi adalah tanaman tahunan (yang memiliki *time-lag* yang panjang) dan petani penanam terkendala oleh permodalan. Penguasaan dan penerapan teknologi pasca panen (panen petik merah, proses secara basah dan lain-lainnya) merupakan pengembangan pasca panen yang dapat dilakukan oleh petani penanam agar dapat meningkatkan efisiensi kegiatannya. Program kemitraan yang saling menguntungkan dan seimbang juga dapat memberikan jaminan pasar serta harga yang baik bagi petani penanam.

Pada komoditas tembakau, manajemen rantai pasok nya melalui beberapa pelaku dan aktivitas kegiatan – seperti halnya komoditas kopi. Yang perlu menjadi perhatian kita semua adalah bahwa Indonesia memiliki keragaman ekosistem yang tinggi sehingga dapat menghasilkan jenis tembakau dengan aroma yang spesifik dan khas; yang apabila dikelola dengan baik dan benar dapat menjadikan tembakau Indonesia menguasai “*niche market*” tembakau tertentu dan memberikan keuntungan bagi semua pelaku SCM daun tembakau dan rokok di dalam negeri. *Market* dan *price guarantee* merupakan suatu jaminan penerapan konsep SCM yang efektif di komoditas tembakau. Pemerintah (sebagai *facilitator*) yang mengandalkan daun tembakau dan rokok sebagai sumber penghasilan dan devisa negara seyogyanya dapat lebih mem-fasilitasi pengembangan rantai pasok komoditas tembakau dan rokok di dalam negeri. Rantai pasok daun tembakau dan rokok di Indonesia cenderung pendek dan efisien, namun tidak tertutup kemungkinan untuk lebih memperbesar margin keuntungan tiap pelaku rantai pasok.

Pada komoditas peternakan unggas-ayam potong (*broiler*) terdapat dua macam rantai pasok, yaitu melalui: (i) rantai pasok jalur mandiri, dan (ii) rantai pasok jalur kemitraan. Kedua jalur rantai pasok ayam broiler ini sebagian besar masih ditujukan untuk memenuhi permintaan konsumen akhir di pasar becek (*wet markets* atau *traditional markets*) dan sebagian ditujukan untuk memenuhi permintaan pasar modern (*supermarkets, hypermarkets*); serta sebagian lainnya ditujukan untuk memenuhi permintaan konsumen institusional (hotel dan *restaurant*/rumah makan). Penerapan konsep SCM di industri *broiler* melalui jalur kemitraan menghasilkan empat manfaat, yaitu (1) kualitas produk *broiler* yang dihasilkan mampu mempertahankan konsistensinya; (2) mengurangi biaya per unit output melalui peningkatan efisiensi, produktivitas dan *economies of scale*; (3) memperluas kesempatan peternak rakyat terlibat dalam industri *broiler*, dan (4) terbangun keterpaduan produk dan keterpaduan antar pelaku usaha industri *broiler* sehingga akan menjamin keberlanjutan usaha.

Pada rantai pasok ternak dan daging sapi didapatkan bahwa alur pemasarannya cukup pendek dan singkat. Di antara pelaku pedagang, pedagang-antar-pulau memiliki peran yang signifikan dan strategis dalam memasarkan ternak dan daging sapi dari sentra produksi Indonesia di Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT). Pasar antar-pulau makin terkonsentrasi di Kalimantan karena ada jaminan harga yang relatif lebih tinggi, biaya yang relatif lebih rendah dan resiko lainnya (susut, kematian ternak) yang lebih rendah dibandingkan dengan di Jakarta. Sistem pembayaran tunai (*cash*) dalam jual-beli ternak juga dianggap sebagai suatu “*soft-barrier*” bagi pelaku pedagang/*traders*, karena bila mereka memperoleh fasilitas perbankan dengan bunga yang relatif rendah mungkin aliran produk akan lebih lancar lagi. Namun di sisi lain (konservasi) hal ini dapat dianggap sebagai “*natural-barrier*” yang dapat melindungi populasi ternak lokal.

## TINJAUAN KRITIS RANTAI PASOK (SCM) KOMODITAS PERTANIAN INDONESIA

*Erna Maria Lokollo*

Penerapan konsep *Supply Chain Management* (SCM) dalam bidang pertanian khususnya untuk hortikultura sebenarnya sangat tepat dan bermanfaat bila diterapkan sesuai dengan kondisi dan memenuhi persyaratan-persyaratan yang diperlukan bagi SCM. Persyaratan atau pra-kondisi tersebut adalah: (1) aktivitas yang dilakukan sepanjang rantai pasok harus menghasilkan nilai tambah, (2) harus ada peranan jasa atau services di tiap simpul atau mata rantai yang teridentifikasi, (3) harus ada “penentu” harga, baik apa maupun siapa, (4) harus ada hubungan kesepadanan di antara tiap pelaku, (5) bagaimana sampai nilai tambah di tiap simpul itu ada (*how value is created*), (6) harus ada atau teridentifikasi penentu dan pengambil keputusan (*key decision-makers*). Namun demikian tentu saja sebagaimana halnya konsep-konsep atau program-program aksi yang baik lainnya yang secara teoritis sudah mapan dan baik, selalu saja di dalam penerapannya ada “*free-riders*” pada tiap mata rantai atau simpul rantai pasok. Bila di dalam konsep atau pendekatan teoritis dimaksudkan agar tiap pelaku mata rantai memperoleh nilai tambah akibat adanya efisiensi dan transparansi, namun selalu saja ada kepentingan satu mata rantai atau pelaku tertentu (contoh: *importir* atau *traders*) yang dengan alasan kepentingan atau permintaan konsumen akhir (*end-consumers*) mendapatkan keleluasaan memperoleh dispensasi impor yang berlebih sehingga produk impor tersebut membanjiri pasar domestik dan menekan harga produk padanan lokal. Kebijakan publik yang dikeluarkan alih-alih membina produsen di dalam negeri (lokal produsen/petani) agar dapat meningkatkan kualitas produk-nya – baik dalam pengelolaan pasca-panen maupun kemasan serta standardisasi – tetapi tetap meng”kerdil”kan produsen lokal/domestik. Contoh yang jelas terlihat saat ini adalah kasus buah-buahan dan sayuran impor yang membanjiri pasar domestik Indonesia. Konsumen akhir dimanjakan dengan adanya dan tersedianya buah-buahan dan sayuran impor yang kadangkala tidak memenuhi persyaratan impor Indonesia (misalnya kandungan pestisida dan bahan pengawet yang terlalu tinggi).

Kondisi empiris lain yang ditemukan di lapang adalah pada tanaman tahunan, seperti biji kopi. Petani penanam kopi domestik selalu saja terkendala oleh modal dan informasi pasar yang terbatas. Fluktuasi harga kopi dunia yang cenderung meningkat dengan volatilitas yang tinggi, tidak dapat diantisipasi dengan cepat oleh petani kopi di dalam negeri karena terkendala modal dan informasi harga yang tidak simetris atau transparan. Demikian pula penguasaan teknologi pasca-panen yang masih minim menyebabkan petani tidak dapat memperoleh harga yang tinggi. Oleh karena itu untuk menerapkan konsep SCM dengan baik di komoditas tanaman tahunan/perkebunan, maka program kemitraan yang sama-sama menguntungkan dengan pihak *traders*/pedagang, dapat memberikan jaminan pasar dan harga yang kondusif bagi petani pekebun.

Hal lain yang perlu diperhatikan Pemerintah sebagai “*agent of facilitator*” adalah dalam hal penentuan dan pengambilan kebijakan. Agar pengawasan penerapan kebijakan dapat lebih diperhatikan, terutama dalam hal mencegah “*import-surges*” komoditas hortikultura yang dapat menekan harga padanan produk tersebut di tingkat petani. Hal ini sudah terjadi berulang kali dan tidak saja pada produk hortikultura tetapi juga pada komoditas pangan, seperti beras, kedelai dan lain-lainnya. Beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa *import-surges* komoditas beras di Indonesia yang terjadi tahun 1998, 2001, 2002 dan 2003 menekan rata-rata harga beras domestik sampai 30 persen. Dampak langsung maupun tidak langsung dirasakan oleh semua pelaku mata rantai beras. Mulai dari petani penanam, pedagang pengumpul, penggilingan padi, pedagang antar pulau, pedagang besar maupun eceran, dan juga konsumen akhir. Apabila *import-surges* itu

terjadi lebih dari 2 tahun, maka dampak negatif di semua pelaku akan semakin terasa terutama pada penurunan tingkat kesejahteraan semua pelaku rantai pasok komoditas pertanian. Yang perlu diingat dan diperhatikan dalam penerapan konsep SCM di bidang pertanian bertujuan meningkatkan kesejahteraan semua pelaku mata rantai pasokan melalui efisiensi dan transparansi yang ada, bukan malah berakibat dapat mengurangi atau menurunkan tingkat kesejahteraan pelaku mata rantai tersebut karena penerapan konsep yang salah atau penerapan kebijakan yang tidak tepat atau keliru.

## **ACKNOWLEDGEMENTS**

Ucapan terimakasih dan penghargaan tinggi disampaikan penyunting pada para penulis artikel rantai pasok komoditas pertanian di buku ini. Kepada Pusat Penelitian Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian (PSE-KP) yang telah memberikan kesempatan dan mengizinkan hasil-hasil penelitiannya untuk di kompilasi dan diterbitkan oleh IPB Press disampaikan juga terimakasih dan penghargaan disertai harapan agar publikasi ini menjadi bagian dari diseminasi hasil-hasil penelitian dan untuk mendapatkan feedback dari para pembaca atau stakeholders maupun masyarakat pada umumnya. Kepada Mercy-Corps yang hasil kolaborasi penelitiannya dengan PSE-KP tentang SCM beras di Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam memperkaya pemahaman akan SCM padi/beras di Indonesia. Kepada semua pihak yang telah membantu penelitian, penulisan maupun penerbitan buku ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, penyunting menyampaikan penghargaan dan ucapan terimakasih yang tak terhingga.