

Toko Tani Indonesia

Membenahi Rantai Pasok dan Stabilisasi Harga Pangan

Bagi pemerintah, kebijakan dalam peningkatan produksi dan penyediaan pangan dalam negeri bagai dua sisi mata uang. Pemerintah tidak bisa hanya berpihak pada kepentingan konsumen, tetapi pada saat yang sama harus juga berpihak pada kepentingan petani. Menyikapi masalah ini sering kali publik merasa tidak adil; berteriak ketika harga pangan melonjak dan menginginkan harga segera diturunkan, sebaliknya pada saat harga jatuh, publik terdiam dan tidak ada yang berteriak membela petani. Memang sungguh ironis. Disparitas dan fluktuasi harga yang terjadi selain disebabkan ketersediaan pangan yang sangat bervariasi antarmusim, juga akibat masih panjangnya rantai pasok pangan dari produsen sampai ke konsumen.

Menyadari kondisi ini, Kementerian Pertanian (Kementan) melakukan terobosan untuk mengatasinya melalui penyelenggaraan Toko Tani Indonesia (TTI) dengan tujuan memangkas rantai pasok dan stabilisasi pasokan agar masyarakat dapat memenuhi kebutuhan pangannya dan pada saat yang sama petani juga menjadi lebih sejahtera sehingga semakin bersemangat untuk meningkatkan produksi pangan. Untuk mewujudkan upaya tersebut, dimulai tahun 2016 Kementan telah mengembangkan 1.000 unit TTI di seluruh Indonesia dan tahun 2017 ditambah sebanyak 2.000 unit TTI. Pada tahun 2018 dan 2019 juga akan dikembangkan lagi masing-masing 1.000 unit TTI. Walaupun sudah menunjukkan kinerja yang bagus sehingga mendapat apresiasi dari berbagai pihak, Kementan terus berupaya untuk memperkuat peran TTI ke depan dalam membenahi rantai pasok dan stabilisasi harga pangan agar mampu mewarnai struktur pasar pangan ke depan.



TOKO TANI INDONESIA

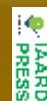
Andi Amran Sulaiman, dkk.

TOKO TANI INDONESIA

Membenahi Rantai Pasok dan Stabilisasi Harga Pangan



Sekretariat Badan Litbang Pertanian
Jl. Ragunan No. 29 Pasar Minggu, Jakarta 12540
Telp. (021) 7806202, Fax. (021) 7800644
Website : www.litbang.pertanian.go.id
email : iaardpress@litbang.pertanian.go.id



Andi Amran Sulaiman | I Ketut Kariyasa | Kasdi Subagyo
Hermanto | Adang Agustian | Iwan Setiajie Anugrah
Inti Pertiwi Nashwari | Sam Herodian

**TOKO TANI INDONESIA:
MEMBENAHİ RANTAI PASOK DAN
STABILISASI HARGA PANGAN**

serverlib/psekp/

**TOKO TANI INDONESIA:
MEMBENAHAI RANTAI PASOK DAN
STABILISASI HARGA PANGAN**

Andi Amran Sulaiman
I Ketut Kariyasa
Kasdi Subagyo
Hermanto
Adang Agustian
Iwan Setiajle Anugrah
Inti Pertiwi Nashwari
Sam Herodian

IAARD PRESS

Toko Tani Indonesia: Membenahi Rantai Pasok dan Stabilisasi Harga Pangan

@2018 IAARD PRESS

Edisi 1: 2018

Hak cipta dilindungi Undang-Undang
@IAARD PRESS

Katalog dalam terbitan (KDT)

TOKO Tani Indonesia Membenahi Rantai Pasok dan Stabilisasi Harga Pangan / Andi Amran Sulaiman ... [dkk.]. – Jakarta : IAARD Press, 2018.

xxii, 154 hlm.; 21 cm.

ISBN: 978-602-344-223-2

631.445.1

- | | |
|-------------------------|----------------------|
| 1. Toko Tani | 2. Stabilisasi Harga |
| I. Sulaiman, Andi Amran | |
-

Penulis:

Andi Amran Sulaiman
I Ketut Kariyasa
Kasdi Subagyo
Hermanto
Adang Agustian
Iwan Setiajje Anugrah
Inti Pertiwi Nashwari
Sam Herodian

Editor:

Achmad Suryana
Yulianto

Perancang Cover dan Tata Letak:

Tim Kreatif IAARD Press

Penerbit

IAARD PRESS

Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian

Jl. Ragunan No. 29, Pasar Minggu, Jakarta 12540

Email: iaardpress@litbang.pertanian.go.id

Anggota IKAPI No: 445/DKI/2012

PENGANTAR

Harga komoditas pangan pokok dan penting bagi perekonomian nasional selama ini selalu berfluktuasi mengikuti pola panen musiman dan lonjakan permintaan karena adanya perayaan hari-hari besar keagamaan dan nasional. Volatilitas harga pangan ini juga dapat dipengaruhi oleh pergerakan harga di pasar pangan internasional. Pergerakan harga ini menjadi perhatian pemerintah dan publik karena terkait dengan pencapaian kesejahteraan masyarakat dan perkembangan ekonomi nasional dalam bentuk pengaruhnya terhadap kemampuan rumah tangga memperoleh pangan yang cukup untuk hidup sehat dan produktif, jumlah penduduk miskin dan rawan pangan, dan angka inflasi.

Berbagai upaya telah dilakukan untuk menangani permasalahan tersebut oleh setiap pemerintahan sejak Indonesia merdeka. Pada era pemerintahan Jokowi-JK penanganan masalah ini dilaksanakan dengan menyempurnakan pelaksanaan kebijakan yang sudah dilakukan sebelumnya dan menerapkan kebijakan baru yang inovatif, salah satu di antaranya adalah penyelenggaraan Toko Tani Indonesia (TTI). Kegiatan TTI dengan mitra pemasok Lembaga Usaha Pangan Masyarakat (LUPM)

yang dikembangkan dari Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan) bertujuan untuk memangkas rantai pasok dan menjaga stabilisasi pasokan pangan sehingga harga di tingkat konsumen menjadi lebih wajar dan harga di tingkat petani lebih menguntungkan. Hal tersebut dapat diwujudkan karena terjadi redistribusi dari margin pemasaran yang biasa diperoleh para entitas pelaku rantai pasok pangan yang dipangkas ke konsumen dan petani.

Buku *Toko Tani Indonesia: Membenahi Rantai Pasok dan Stabilisasi Harga Pangan* menyajikan informasi mengenai perkembangan dan kinerja penyelenggaraan TTI yang dimulai sejak tahun 2016. Setelah Prolog, pada Bab 1 dikaji mengenai permasalahan rantai pasok dan dinamika harga pangan, khususnya untuk pangan pokok beras dan pangan penting cabai dan bawang merah. Sementara itu, pada Bab 2 dijelaskan secara ringkas konsep dan desain TTI sebagai sebuah inovasi kelembagaan pemasaran pangan untuk mengatasi permasalahan rantai pasok dan menjaga stabilitas harga pangan.

Pada Bab 3 disajikan perkembangan penyelenggaran TTI beserta tantangan yang dihadapi saat pelaksanaannya. Pada Bab 4 dibahas peran TTI dalam membenahi rantai pasok dan menjaga stabilisasi harga. Tim penulis menunjukkan berbagai bukti bahwa upaya ini telah membuahkan hasil positif, walaupun diakui memang keberhasilan ini tidak hanya kinerja TTI, tetapi merupakan resultante dari berbagai kebijakan pemerintah terkait hal tersebut dan respons serta partisipasi positif masyarakat.

Dengan pengalaman positif tersebut, pada Bab 5 diuraikan perspektif ke depan penguatan peran TTI dengan mengidentifikasi berbagai penyempurnaan dari desain dan implementasi TTI yang telah dilakukan dan langkah inovatif ke depan yang mulai dikembangkan dan diterapkan untuk meningkatkan efisiensi dan keberlanjutan TTI salah sebagai instrumen untuk mewujudkan

pemasaran pangan yang lebih berkeadilan. Buku ini dapat dipandang sebagai bagian dari keterbukaan informasi dan pertanggungjawaban publik tentang penyelenggaraan TTI.

Jakarta, September 2018

Editor

serverlib/psekp/

serverlib/psekp/

PRAKATA

Pangan merupakan kebutuhan dasar yang paling esensial bagi manusia untuk mempertahankan hidup dan kehidupannya. Maka tidak berlebihan kalau dinamika ketersediaan dan harga pangan menjadi isu strategis, baik secara politik, ekonomi, dan sosial yang senantiasa mendapat perhatian khusus dari pemerintah. Mengingat strategisnya posisi pangan maka pemerintah berkepentingan untuk melakukan intervensi melalui regulasi/kebijakan untuk mendorong terciptanya iklim usaha dan sistem pasar yang efisien dan berkeadilan. Oleh karena itu, pemerintah berupaya terus untuk memberikan perlindungan yang adil bagi produsen dan konsumen melalui kebijakan yang menjamin stabilitas harga pangan.

Di sisi lain, permasalahan klasik yang dihadapi pertanian di Indonesia di antaranya adalah waktu panen yang tidak merata dan juga kondisi rantai pasok yang panjang dan belum efisien sehingga menyebabkan harga bahan pokok menjadi tinggi dan berfluktuasi. Selain itu, masih banyak petani yang belum memiliki akses pasar yang memadai sehingga sering kali petani tergantung kepada tengkulak. Adanya inefisiensi distribusi ini terlihat dari adanya disparitas harga, baik antarwilayah maupun antarwaktu yang relatif tinggi, dan pembagian balas jasa terhadap pihak-pihak

yang terlibat dalam proses produksi dan distribusi tidak adil. Balas jasa terbesar yang seharusnya didapatkan petani sebagai pelaku utama dan sebagai pihak yang punya andil terbesar dan terpenting dalam proses penyediaan pangan justru dinikmati oleh pedagang.

Menyadari permasalahan ini terjadi secara berulang-ulang dan cenderung tidak berpihak, baik kepada petani maupun konsumen, Kementerian Pertanian mengambil sikap dengan membuat terobosan, yaitu pengembangan TokoTani Indonesia (TTI) berkerja sama dengan Gapoktan/LUPM (Lembaga Usaha Pangan Masyarakat) sebagai solusinya. TTI berfungsi memasarkan produksi pertanian langsung ke konsumen, sementara Gapoktan/LUPM membeli langsung produk pertanian dari petani dan selanjutnya dipasok ke TTI. Melalui terobosan ini, Gapoktan/LUPM difasilitasi untuk membentuk kemitraan dengan TTI yang merupakan lembaga distribusi yang langsung bersentuhan dengan masyarakat, sehingga melalui mekanisme pemasaran semacam ini akan memperpendek rantai pasok komoditas pangan yang sebelumnya begitu panjang, tujuh sampai delapan pelaku, dipangkas hanya tinggal dua sampai tiga pelaku. Dengan rantai pasok yang pendek ini diharapkan petani dapat menikmati harga yang lebih menarik dan stabil dan di sisi lain konsumen bisa tersenyum karena bisa mendapatkan harga pangan yang lebih murah.

Sebagai wujud nyata upaya Kementerian Pertanian untuk membenahi rantai pasok dan stabilisasi harga pangan tersebut, pada tahun 2016 telah dikembangkan 1.000 unit TTI di 33 provinsi dengan konsentrasi di Provinsi Sumut, Sumsel, Lampung, Banten, DKI Jakarta, Jabar, Jateng, Jatim, dan Sulsel. Pada tahun 2017, ditambah sebanyak 2.000 unit TTI yang dikembangkan di 34 provinsi, sementara tahun 2018 dan 2019 akan dikembangkan lagi masing-masing sebanyak 1.000 unit TTI. Dengan demikian,

diharapkan sampai tahun 2019 akan ada sebanyak 4.000 TTI yang mampu mewarnai struktur pasar pangan di Indonesia.

Kehadiran TTI ini bekerja sama dengan Gapoktan/LUPM telah memberi dampak nyata terhadap perbaikan dan stabilisasi harga, baik pada pihak produsen maupun konsumen. Petani di lokasi Gapoktan/LUPM dapat menikmati harga gabah lebih tinggi dari harga HPP dan juga lebih tinggi dari harga yang ditawarkan oleh tengkulak. Pada saat yang sama konsumen pun dapat membeli beras di TTI dengan harga yang lebih murah dibanding harga beras di pasar setempat.

Buku *Toko Tani Indonesia: Membenahi Rantai Pasok dan Stabilisasi Harga Pangan* kami tulis untuk menginformasikan kepada masyarakat tentang kinerja dan capaian dari pengembangan TTI selama ini dan langkah-langkah yang akan dilakukan untuk memperkuat kinerja dan kiprah TTI ke depan. Kami yakin bahwa dengan komitmen bekerja dan bekerja secara ikhlas, serta terus berupaya dan bekerja sama dengan semua pihak dalam meningkatkan kesejahteraan petani dan penyediaan pangan yang terjangkau bagi masyarakat melalui peningkatan peran dan pengembangan TTI secara masif ke depan akan bisa terwujud. Semoga buku ini bisa bermanfaat dan memberikan inspirasi bagi upaya pengembangan TTI ke depan.

Jakarta, September 2018

Penulis

serverlib/psekp/

DAFTAR ISI

PENGANTAR	v
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
 Bab 1. MEMAHAMI URGENSI PEMBENAHAN RANTAI PASOK DAN STABILISASI HARGA PANGAN	 1
 Bab 2. PERMASALAHAN RANTAI PASOK DAN DINAMIKA HARGA PANGAN	 11
Rantai Pasok yang Panjang.....	12
Dinamika Harga dalam Rantai Pasok Pangan.....	23
Upaya Pencapaian Stabilisasi Harga Pangan.....	29
 Bab 3. TOKO TANI INDONESIA: SEBUAH INOVASI KELEMBAGAAN PEMASARAN PANGAN	 35
Kebijakan Makro Stabilisasi Harga Pangan Nasional ...	35
Upaya Stabilisasi Harga Pangan	44
 Bab 4. PERKEMBANGAN TOKO TANI INDONESIA.....	 57

Perkembangan Kelembagaan Pelaksana TTI.....	57
Tantangan Pengembangan TTI	67
 Bab 5. PERAN TOKO TANI INDONESIA DALAM MEMBENAH RANTAI PASOK DAN STABILISASI HARGA PANGAN	73
TTI Membenahi Rantai Pasok	73
Menjaga Stabilisasi Harga	83
Pendapat dan Harapan Masyarakat Terhadap TTI.....	97
 Bab 6. PERSPEKTIF KE DEPAN PENGUATAN PERAN TOKO TANI INDONESIA.....	103
Penguatan Peran dan Kehadiran Pemerintah.....	103
Strategi Pengembangan TTI	120
Skala Optimum Pengembangan TTI.....	125
 Bab 7. LANGKAH STRATEGIS PENINGKATAN PERAN TTI	129
 DAFTAR BACAAN.....	135
GLOSARIUM	141
INDEKS	145
TENTANG PENULIS.....	149

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Kinerja harga dan margin pemasaran dalam rantai pasok gabah/beras di Kabupaten Karawang, 2016.....	17
Tabel 2.	Elastisitas transmisi harga produsen terhadap harga konsumen komoditas beras, bawang merah, dan cabai merah di Indonesia, 2015-2017	26
Tabel 3.	Pengaruh harga beras terhadap inflasi di Indonesia, Januari 2014-Desember 2017.	27
Tabel 4.	Perkembangan jumlah TTI, Gapoktan/LUPM, dan tenaga pendamping tahun 2016 dan 2017.....	58
Tabel 5.	Jumlah Toko Tani Indonesia berdasarkan lokasi di wilayah Jabodetabek hingga tahun 2017.....	59
Tabel 6.	Perkembangan jumlah provinsi, kabupaten, dan LUPM/Gapoktan sebagai pemasok pangan ke TTI di Jabodetabek melalui TTI Center Jakarta tahun 2017	60
Tabel 7.	Jumlah LUPM mitra TTI sebagai pemasok beras di Provinsi Banten, Lampung, dan Sumatera Selatan tahun 2017.....	61
Tabel 8.	Jumlah Gapoktan/LUPM pemasok komoditas cabai merah dan bawang merah di Provinsi Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, dan NTB Tahun 2017.....	62

Tabel 9. Perkembangan harga beras medium bulanan di tingkat konsumen, 2014-2017	87
Tabel 10. Perkembangan harga gabah bulanan di tingkat petani (GKP), 2014-2017	88
Tabel 11. Perkembangan harga cabai merah bulanan di tingkat petani, 2014-2017	89
Tabel 12. Perkembangan harga bawang merah bulanan di tingkat petani, 2014-2017	90
Tabel 13. Rasio harga beras terhadap harga gabah di Indonesia, 2014-2017	91
Tabel 14. Perkembangan harga bulanan cabai merah keriting di tingkat produsen dan konsumen serta rasio harga, 2017	93
Tabel 15. Perkembangan harga bulanan cabai merah besar di tingkat produsen dan konsumen serta rasio harga, 2017	94
Tabel 16. Perkembangan harga bulanan bawang merah di tingkat produsen dan konsumen serta rasio harga, 2017	95
Tabel 17. Jumlah dan nilai transaksi komoditas beras yang dikelola TTI dan dipasarkan secara online melalui sistem <i>e-commerce</i> tahun 2018 (periode 5 Maret s.d. 31 Mei 2018)	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Menteri Pertanian Andi Amran Sulaiman melakukan kunjungan di TTIC Pasar Minggu untuk menyaksikan kesibukan sehari-hari TTI melayani konsumen, 2017	9
Gambar 2. Saluran pemasaran gabah dan beras di lokasi kajian Kabupaten Karawang, Jawa Barat, 2016.....	16
Gambar 3. Pola distribusi perdagangan beras di Provinsi Jawa Barat, 2015.....	18
Gambar 4. Pola penjualan produksi cabai merah dari produsen di Indonesia, 2015	19
Gambar 5. Pola distribusi perdagangan cabai merah di Indonesia, 2015.....	21
Gambar 6. Alur tata niaga bawang merah di Kabupaten Brebes, 2016	22
Gambar 7. Menteri Pertanian Amran Sulaiman bersama dengan Menteri Perindustrian Saleh Husin saat meninjau oprasi pasar murah di Jakarta, 2016.....	23
Gambar 8. Kunjungan Menteri Pertanian Amran Sulaiman bersama Menteri Perdagangan Enggartiasto Lukito saat operasi pasar di Pasar Induk Beras Cipinang, Jakarta, 2017	28

Gambar 9. Menteri Perdagangan memperlihatkan beras yang dijual di TTI dalam rangka menghadiri acara Apel Siaga TTI di Karawang, 2017	33
Gambar 10. Pola panen padi menurut bulan di Indonesia, tahun 2013–2015.....	38
Gambar 11. Kementerian Perdagangan dan Kementerian Pertanian melakukan operasi pasar yang digelar mulai Oktober 2017 sampai Maret 2018 dengan menggunakan CBP yang dikelola Bulog, 2017	40
Gambar 12. Pasar Tani di Kantor Pusat Kementerian Pertanian berjualan setiap hari Jumat mulai pukul 7.30 sampai 16.00 WIB sejak November 2014 (Foto diambil 2018).....	43
Gambar 13. Salah satu pekerja sedang menimbang beras di LUPM komoditas beras, Poktan Sukabakti II, Desa Majalaya, Kecamatan Majalaya, Kabupaten Karawang, 2018.....	46
Gambar 14. Rantai pasok perdagangan beras di Indonesia	50
Gambar 15. Model Pengembangan Usaha Pangan Masyarakat ..	50
Gambar 16. Dampak peningkatan efisiensi pemasaran terhadap pasokan di tingkat konsumen.	51
Gambar 17. Kerangka pikir pengembangan TTI.....	54
Gambar 18. Menteri Pertanian Andi Amran Sulaiman meresmikan TTI Center yang berlokasi di Gedung Sentra Promosi dan Pemasaran Produk Perta Nusantara (SP4N), Pasar Minggu, Jakarta Selatan, 2016.....	55
Gambar 19. Sebaran Gapoktan/LUPM dan TTI di seluruh Indonesia.....	61

Gambar 20. Beberapa TTI yang tersebar dalam rangka menyediakan kebutuhan konsumen dengan harga yang terjangkau	66
Gambar 21. TTI Center Provinsi Jawa Barat yang berlokasi di Ruko Padasuka, Bandung, 2018	69
Gambar 22. Wakil Gubernur DIY KGPAA Paku Alam X mewakili Gubernur DIY merilis perdana pemasaran beras dari Gapoktan ke TTI, 2016	71
Gambar 23. Rantai pasok beras dari produsen sampai konsumen di DKI Jakarta model konvensional	74
Gambar 24. Rantai pasok beras melalui TTI	75
Gambar 25. Rantai pasok bawang merah dan cabai model konvensional dari produsen sampai konsumen di DKI Jakarta	79
Gambar 26. Rantai pasok cabai dan bawang merah melalui skema TTI	80
Gambar 27. Menteri Andi Amran Sulaiman memberi pengarahan pada Apel Siaga TTI di Kecamatan Rengasdengklok, Kabupaten Karawang, 2017	82
Gambar 28. Grafik perkembangan harga beras medium, bawang merah, dan cabai merah keriting tahun 2017	84
Gambar 29. Perbandingan harga beras di TTI Center dengan di pasar Jakarta dan Jawa Barat tahun 2017	85
Gambar 30. Perbandingan harga bawang merah di TTI Center dengan di pasar Jakarta dan Jawa Barat tahun 2017	85
Gambar 31. Perbandingan harga cabai merah keriting di TTI Center dengan di pasar Jakarta dan Jawa Barat tahun 2017	86

Gambar 32. Perkembangan nilai CV pada komoditas padi/beras, bawang merah, dan cabai merah, 2015-2017	90
Gambar 33. Rasio harga beras terhadap harga gabah di Indonesia, 2014-2017	92
Gambar 34. Menjelang Ramadan 2017, TTI Center di Pasar Minggu, Jakarta Selatan, menggelar Bazar Pangan Murah Berkualitas.....	98
Gambar 35. Gubernur Jawa Timur Soekarwo saat menghadiri acara launching TTI dan Pasar Murah Ramadan di Lapangan Makodam V Brawijaya (27/6/2016)	99
Gambar 36. Badan Ketahanan Pangan dan Penyuluhan (BKPP) DIY menggelar bazar TTI, Jumat (12/1/2018). Sebanyak empat ton beras dari dua Gapoktan dijual seharga Rp8.800 per kilogram.	100
Gambar 37. Tiga TTI contoh yang tersebar di seluruh Indonesia dalam rangka menyediakan kebutuhan konsumen dengan harga yang terjangkau	104
Gambar 38. TTI menggelar pasar murah ataupun mendatangi beberapa spot dan ruang publik tempat masyarakat berkumpul untuk melaksanakan fungsinya memasok pangan dan memotong rantai pasok	107
Gambar 39. Menteri Pertanian Andi Amran Sulaiman, Menteri Perdagangan Enggartiasto Lukita, Menteri Desa PDTT Eko Putro Sanjoyo, dan Head of Go-Mart Diaz Sikar melepas 50 Driver Go-Jek mengantar bahan pangan TTI di Karawang, Jawa Barat.....	108
Gambar 40. Untuk merespons perkembangan ekonomi digital dan kemudahan berbelanja bagi masyarakat,	

Kementerian Pertanian merancang aplikasi Toko Tani Indonesia (TTI) online dalam aplikasi <i>e-commerce (business to business)</i> , 2017	109
Gambar 41. Proses penggunaan sistem <i>e-commerce</i> Toko Tani Indonesia.....	110
Gambar 42. <i>Dashboard</i> informasi <i>e-commerce</i> TTI.....	111
Gambar 43. Foto <i>re-launching</i> TTI <i>online</i> oleh Menteri Pertanian disaksikan Sekretaris Jenderal Kementerian Pertanian dan Kepala Badan Ketahanan Pangan dalam kegiatan launching program PADU SATU tanggal 15 Mei 2018 di Gedung B Kementerian Pertanian	113
Gambar 44. TTI Center di yang berlokasi di Gedung Sentra Promosi dan Pemasaran Produk Pertanian Nusantara (SP4N) Pasar Minggu, Jakarta Selatan. Cikal bakal untuk mengembangkan Pusat Informasi dan Data Pangan	116
Gambar 45. Suasana dalam TTI Center Kementerian Pertanian di Pasar Minggu, Jakarta Selatan, 2016	118
Gambar 46. Untuk lebih mendekatkan ke konsumen, TTI memperkenalkan dengan TTI Keliling kepada masyarakat, 2017	119
Gambar 47. Posisi perusahaan dalam pasar menurut pangsa pasarnya.....	121
Gambar 48. Strategi “penyerangan” sebagai pencari relung pasar.	123
Gambar 49. Model pengembangan TTI sebagai pemasok bahan pangan pokok di wilayah penyangga pangan perkotaan.....	125

Gambar 50. Menteri Pertanian Andi Amran Sulaiman menyaksikan pengiriman perdana komoditas pangan strategis ke-22 TTI yang tersebar di Jakarta menggunakan mobil TTI Keliling, 2017133

serverlib/psekp/

Bab 1.

MEMAHAMI URGENSI PEMBENAHAN RANTAI PASOK DAN STABILISASI HARGA PANGAN

Pangan merupakan kebutuhan dasar yang paling esensial bagi manusia untuk mempertahankan hidup dan kehidupannya. Oleh karena itu, upaya mewujudkan ketahanan pangan nasional sudah sepatutnya menjadi tanggung jawab pemerintah. Menyadari akan hal ini maka pencapaian ketahanan pangan nasional merupakan salah satu pilar pembangunan yang sangat fundamental bagi kemajuan pembangunan dan kualitas hidup bangsa. Perwujudan ketahanan pangan menempati posisi sentral dalam peningkatan produktivitas nasional dan perbaikan kualitas hidup warga negara. Bukan hanya karena dengan ketersediaan dan kecukupan pangan akan memberikan gizi dengan komposisi cukup bagi peningkatan produktivitas, tetapi juga memberikan dukungan pada peningkatan kualitas hidup dan keberlanjutan pembangunan. Karena itu, tidak mengherankan

sejak kemerdekaan Indonesia setiap pemerintah menetapkan pencapaian swasembada, ketahanan, dan kedaulatan pangan menjadi salah satu prioritas pembangunan ekonomi nasional.

Hal yang sama juga dilakukan oleh pemerintah sekarang, Presiden Joko Widodo dan Wakil Presiden Jusuf Kalla. Dalam arahan pembangunan dalam Nawa Cita atau agenda prioritas Kabinet Kerja disebutkan bahwa pembangunan pertanian ke depan adalah untuk mewujudkan kedaulatan pangan agar Indonesia sebagai bangsa dapat mengatur dan memenuhi kebutuhan pangan rakyatnya secara berdaulat. Kalau diperhatikan secara cermat dan lebih saksama lagi, maka pembangunan pertanian yang diharapkan tidak hanya sekedar mampu menyediakan pangan pada tingkat harga yang terjangkau oleh masyarakat, tapi pada saat yang sama juga mampu mensejahterakan petani. Oleh karena itu, pembangunan pertanian hanya akan berhasil jika program-program yang dikembangkan mampu berorientasi pada peningkatan kesejahteraan petani.

Persoalan yang dihadapi dalam pembangunan pangan adalah petani masih dihadapkan pada fluktuasi harga produk komoditas yang dihasilkannya. Harga komoditas pertanian khususnya pangan selalu berfluktuasi dan bahkan pada saat panen raya jatuh pada titik ekstrem terendah sehingga merugikan petani. Di sisi lain, pada saat paceklik harga pangan melambung tinggi sehingga banyak konsumen menjadi terkendala oleh daya belinya dalam mengakses pangan, dan menyebabkan sebagian dari masyarakat ini masuk menjadi kelompok masyarakat rawan pangan dan berpotensi menimbulkan keresahan sosial. Fluktuasi pasokan dan harga pangan yang tidak menentu, tidak hanya akan menimbulkan keresahan sosial, tetapi juga akan mempengaruhi kemampuan pengendalian inflasi.

Bagi pemerintah, kebijakan dalam meningkatkan produksi pangan dan penyediaan pangan dalam negeri bagai dua sisi mata

uang. Pemerintah tidak bisa hanya berpihak pada kepentingan konsumen, tetapi harus juga berpihak pada kepentingan petani sebagai pemasok utama bahan pangan. Menyikapi masalah ini seringkali publik tidak adil, berteriak ketika harga pangan melonjak dan menginginkan harga pangan agar segera diturunkan. Sebaliknya, pada saat harga jatuh publik diam saja dan tidak ada yang berteriak membela petani. Memang sungguh ironis. Disparitas dan fluktuasi harga yang terjadi selain disebabkan ketersediaan pangan yang sangat bervariasi antarmusim juga akibat masih panjangnya rantai pasok pangan dari produsen sampai konsumen. Pada kondisi ini pemerintah mengambil kebijakan yang dapat membela kedua kepentingan tersebut secara seimbang.

Menyadari kondisi seperti di atas yang terjadi sudah lama dan berulang-ulang, Kementerian Pertanian (Kementan) membuat terobosan untuk mengatasinya melalui penyelenggaraan Toko Tani Indonesia (TTI). Kebijakan ini bertujuan memangkas rantai pasok dan stabiliasi pasokan agar dapat membuat masyarakat tetap tersenyum dalam memenuhi kebutuhan pangannya dan pada saat yang sama petani juga menjadi lebih sejahtera sehingga tetap dan bahkan semakin bersemangat untuk meningkatkan produksi pangan.

Buku *Toko Tani Indonesia: Membenahi Rantai Pasok dan Stabilisasi Harga Pangan* mencakup lima bagian. Bagian pertama masalah rantai pasok dan fluktuasi harga pangan. Bagian kedua menyajikan konsep TTI sebagai terobosan dalam membenahi rantai pasok dan stabilisasi harga, dan bagian ketiga menggambarkan perkembangan TTI di seluruh Indonesia. Bagian keempat mendiskusikan peran TTI dalam membenahi rantai pasok dan stabilisasi harga pangan dan bagian kelima mengemukakan saran penguatan peran TTI ke depan.

Pada bagian pertama, pembahasan topik masalah rantai pasok dan harga fluktuasi harga pangan diawali dengan mengupas bahwa upaya penyediaan pangan kepada masyarakat dihadapkan pada beberapa kendala, baik pada tingkat produksi, pendistribusiannya, maupun perilaku konsumen. Kondisi saat ini menunjukkan bahwa petani sebagai produsen seringkali merugi. Irama panen yang tidak merata membuat fluktuasi harga yang diterima petani antarmusim amat tinggi. Posisi tawar petani secara individu yang rendah di hadapan pedagang ketika produksi melimpah pada musim panen mendorong harga yang diterima petani jatuh yang menyebabkan petani merugi sehingga seringkali berpengaruh pada proses produksi berikutnya yang menjadi tidak optimal karena petani kekurangan modal. Sebaliknya ketika musim paceklik, harga pangan yang harus dibayar konsumen sangat mahal. Harga yang mahal ini juga tidak serta merta tertransmisikan dengan baik sehingga tidak banyak yang dapat dinikmati petani sebagai produsen pangan. Dengan kata lain, petani tidak lebih dari sekadar sebagai penonton karena tidak punya daya untuk mengerem pergerakan harga pangan yang terjadi.

Pada bagian pertama ini lebih lanjut juga dijelaskan aspek distribusi komoditas pangan yang sangat erat terkait dengan pergerakan pangan dari titik produsen hingga konsumen. Aktivitas ini melibatkan banyak pihak, sampai melewati delapan tahapan untuk menuju konsumen. Masih panjangnya rantai pasok pangan menjadi salah satu penyebab mahalnya harga pangan yang harus dibayar konsumen dan di sisi lain harga yang diterima petani menjadi lebih murah. Panjangnya rantai pasok ini selain menyebabkan distribusi pangan tidak efisien, juga menyebabkan kualitas dan volume pangan yang diperdagangkan menjadi lebih rendah. Inefisiensi distribusi pangan ditandai oleh disparitas harga yang tinggi, baik antarwilayah maupun antarwaktu, dan

pembagian balas jasa antarpihak-pihak yang terlibat di dalamnya kurang adil. Balas jasa yang diterima oleh petani sebagai aktor utama justru paling kecil dibandingkan dengan yang diperoleh pedagang. Bahkan ada pemain yang “tidak berkontribusi” nyata malah mendapat manfaat yang banyak. Lokasi produsen dan konsumen yang berjauhan sehingga menyebabkan keterkaitan antarwilayah menjadi lemah terutama menyangkut kelancaran arus pangan akibat kondisi infrastruktur yang tidak memadai juga dapat memicu panjangnya rantai tata niaga pangan sehingga menyebabkan instabilitas harga pangan, baik di tingkat produsen maupun konsumen.

Pada bagian kedua dari buku ini dibahas mengenai TTI sebagai terobosan membenahi rantai pasok dan stabilisasi harga. Secara lugas dikupas gagasan awal munculnya terobosan baru mengembangkan TTI dan konsep dasar dari TTI itu sendiri. Berbagai kebijakan dan program yang selama ini dijalankan untuk stabilisasi pasokan dan harga konsumen belum menunjukkan kinerja sesuai yang diharapkan, yaitu bisa berpihak pada dua titik kepentingan yang berbeda, yaitu produsen/petani dan konsumen. Hal ini disebabkan kebijakan dan program tersebut masih bersifat parsial dan belum sepenuhnya dilakukan secara komprehensif. Sebagai contoh ada beberapa program yang masih hanya fokus pada intervensi di tingkat produsen sehingga belum berpihak pada konsumen, dan sebaliknya ada program yang masih fokus terbatas pada intervensi di tingkat konsumen sehingga tidak mendorong produsen atau petani untuk berproduksi. Pada kondisi ini pemerintah berkewajiban untuk hadir dalam mendorong produksi dan penyediaan pangan dengan memperhatikan kedua pihak, yaitu produsen dan konsumen, dengan menyodorkan terobosan baru, yaitu TTI sebagai jalan keluarnya. Kehadiran TTI diharapkan mampu memangkas rantai pasok menjadi lebih efisien dan stabilisasi harga pangan menjadi lebih terjamin. TTI

adalah salah satu usaha pemerintah untuk memotong rantai pasok pangan yang panjang dan upaya untuk menjaga stabilitasi harga pangan, baik pada tingkat petani/produsen maupun konsumen.

Pada bagian ini juga dijelaskan konsep utama TTI. Pada intinya konsep utama TTI adalah menjamin harga pembelian dengan mempertimbangkan keuntungan petani yang wajar dan harga eceran terjangkau di masyarakat. Dengan demikian, TTI merupakan bagian dari upaya membenahi struktur dan rantai pasok pangan di Indonesia. Melalui pendekatan tersebut, rantai pasok dipangkas hanya menjadi tiga sampai empat entitas sehingga kalau TTI nanti sudah berkembang dalam jumlah yang banyak di seluruh lokasi di Indonesia diharapkan akan mampu membentuk struktur pasar yang lebih efisien. Cara kerja TTI dalam melakukan perubahan struktur pasar baru yang ditawarkan oleh Kementan adalah petani menyalurkan produk pangan ke Gapoktan, lalu dibawa ke TTI, kemudian dapat langsung dibeli oleh konsumen akhir. Proses pemasaran ini meringkas jumlah entitas pada saluran distribusi dari sekitar tujuh sampai delapan entitas menjadi tiga entitas saja.

Bagian ketiga dari buku ini membahas perkembangan TTI, baik dari sisi jumlah dan lokasinya maupun cakupan komoditas yang ditangani, termasuk tantangan yang dihadapi. Diinisiasi pada tahun 2015, kegiatan TTI merupakan rangkaian ke hilir dari Pengembangan Usaha Pangan Masyarakat (PUPM). Kegiatan ini dilakukan secara masif pada tahun 2016 dengan terbitnya Keputusan Menteri Pertanian Nomor 83 Tahun 2016. Pada tahun 2016 sasaran kegiatan PUMP adalah 500 LUPM (Lembaga Usaha Pangan Masyarakat) atau Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan) yang melayani 1.000 unit TTI di 33 provinsi, dengan konsentrasi di Provinsi Sumatera Utara, Sumatera Selatan, Lampung, Banten, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, dan Sulawesi Selatan. Pada tahun 2017, sebanyak 2.000

TTI yang dikembangkan di 34 provinsi yang dilayani oleh 900 Gapoktan/LUPM. Pada tahun 2018 dan 2019 diharapkan akan tumbuh masing-masing sebanyak 1.000 TTI yang dilayani oleh masing-masing 500 Gapoktan/LUPM. Dengan demikian, diharapkan sampai tahun 2019 akan ada sebanyak 4.000 TTI yang dilayani oleh 2.400 Gapoktan/LUPM yang tersebar di 34 provinsi.

Pada bagian ini juga dijelaskan, seiring dengan harapan yang lebih besar dari produsen dan konsumen terhadap kehadiran TTI, maka cakupan komoditas yang ditangani oleh TTI yang pada awalnya hanya beras, mulai tahun 2018 juga menangani bawang merah dan cabai dengan pertimbangan perilaku harga dan kontribusinya terhadap inflasi dan kemiskinan masyarakat relatif sama halnya dengan komoditas beras. Tidak menutup kemungkinan juga ke depannya jenis komoditas yang ditangani oleh TTI semakin bertambah. Selain itu, pada bagian ini juga dijelaskan bahwa tidak dapat dipungkiri selama perjalanan dari penumbuhan dan pengembangan dari TTI tersebut tidak mudah dan banyak menghadapi kendala dan rintangan dalam meningkatkan peran dan kontribusi TTI ke depan dalam penyediaan pangan yang berpihak pada produsen/petani dan konsumen.

Pada bagian keempat dibahas peran TTI dalam membenahi rantai pasok dan stabilitasi harga pangan, khususnya mengenai kinerja dari implementasi program TTI selama ini dalam upaya memangkas rantai pasok yang dipandang masih begitu panjang, khususnya pada komoditas beras, bawang merah, dan cabai. Selain itu, pada bagian ini juga diulas bahwa dengan adanya pembenahan rantai pasok tersebut, TTI mampu menjamin harga yang lebih layak bagi petani untuk berproduksi dan saat pada yang sama juga konsumen mendapatkan harga pangan pada tingkat yang lebih murah dibandingkan di luar TTI. Untuk meyakinkan kalangan publik bahwa kehadiran TTI mempunyai peran yang

nyata dalam memangkas rantai pasok dan stabilisasi harga yang wajar pada produsen dan konsumen, maka secara empiris dibandingkan rantai pasok dari tiga komoditas pangan tersebut antara yang konvensional dan lewat TTI pada beberapa lokasi.

Pada bagian ini juga disampaikan testimoni tentang kinerja TTI, baik dalam upaya memperpendek rantai pasok, menjaga stabilisasi pasokan, maupun stabilisasi harga di tingkat produsen dan konsumen. Agar semua komponen terwakili maka representasi testimoni yang dihadirkan pada buku ini cukup beragam, baik dari kalangan produsen/petani, masyarakat/konsumen, akademisi, pejabat pemerintah pusat dan daerah, serta politisi. Dari kesaksian tersebut dapat disimpulkan publik mengatakan bahwa kehadiran TTI telah mampu membuat harga pangan menjadi lebih murah tanpa menekan harga pangan di tingkat produsen/petani. Selain itu, publik juga mengatakan TTI mampu mengubah struktur pasar menjadi lebih pendek yang selama ini cukup panjang sehingga menyebabkan jauhnya perbedaan harga di tingkat produsen dengan harga di tingkat konsumen.

Pada bagian kelima atau akhir dari buku ini dikemukakan tentang penguatan peran TTI ke depan, di antaranya beberapa langkah dan terobosan yang akan dilakukan oleh Kementerian Pertanian dalam upaya untuk meningkatkan peran dan kontribusi TTI dalam mengubah stuktur pasar pangan di Indonesia agar stabilisasi pasokan, stabilisasi harga jual yang tetap menarik bagi produsen, serta stabilisasi dan peningkatan daya beli masyarakat terhadap kebutuhan pangannya tetap terjamin. Patut disadari tekad besar Kementerian Pertanian untuk membawa TTI ke ranah yang lebih besar hanya bisa akan berhasil secara baik kalau mendapat dukungan dari semua komponen masyarakat. Oleh karena itu, masa depan keberhasilan TTI ada pada kesiapan semua

pemangku sistem pangan dalam berpartisipasi aktif dan positif membesarkan peran TTI sebagai salah satu wahana perwujudan ketahanan pangan berkelanjutan.



Gambar 1. Menteri Pertanian Andi Amran Sulaiman melakukan kunjungan di TTIC Pasar Minggu untuk menyaksikan kesibukan sehari-hari TTI melayani konsumen, 2017

serverlib/psekp/

Bab 2.

PERMASALAHAN RANTAI PASOK DAN DINAMIKA HARGA PANGAN

Saat ini, pemerintah tengah memberikan perhatian serius terhadap pengembangan 11 komoditas pangan strategis, yaitu beras, jagung, kedelai, gula (tebu), daging sapi, bawang merah, cabai merah, daging ayam, telur, terigu, dan minyak goreng. Kesebelas komoditas tersebut memiliki peran penting dalam pemenuhan pasokan dan kebutuhan pangan nasional serta memegang peranan penting bagi perekonomian nasional. Dalam konteks perekonomian, tingkat inflasi seringkali dipengaruhi oleh pergerakan harga kesebelas komoditas tersebut. Toko Tani Indonesia memiliki peran di antaranya dalam memperpendek rantai pasok dan stabilisasi harga komoditas pangan. Sementara itu, hingga saat ini Toko Tani Indonesia (TTI) masih fokus menangani tiga komoditas pangan strategis, yaitu beras, cabai merah, dan bawang merah. Dengan demikian, pembahasan buku ini lebih menganalisis mengenai peran TTI pada ketiga komoditas tersebut.

Rantai pasok komoditas yang panjang dan dinamika harga pangan yang berfluktuasi serta transmisi harga dari pasar di konsumen akhir ke tingkat petani yang rendah merupakan persoalan utama dalam upaya memelihara stabilitas pasokan serta harga pangan secara berkelanjutan. Setiap periode pemerintahan sudah berupaya mengatasinya dengan mengimplementasikan berbagai kebijakan. Pada pemerintah saat ini, selain meneruskan berbagai kebijakan pangan yang masih relevan, kebijakan baru juga dirumuskan dan diimplementasikan, salah satunya adalah TTI. Tiga isu pokok yang dibahas dalam bab ini adalah: (1) rantai pasok pangan, (2) dinamika harga pangan, dan (3) stabilisasi harga pangan.

Rantai Pasok yang Panjang

Rantai pasok untuk produk pertanian cukup kompleks. Sistem logistik produk pertanian memiliki karakteristik khusus dan memerlukan penanganan khusus dan berbeda, karena dipengaruhi oleh sistem produksi, sifat produk, dan konsumen itu sendiri (Perdana, 2015). Rantai pasok komoditas pertanian di Indonesia melibatkan banyak pelaku, mulai dari petani sampai ke konsumen. Namun, karena kurangnya sistem kolektif langsung dari para petani kecil, menyebabkan untuk sampai ke konsumen, komoditas yang dipasarkan harus melalui banyak pelaku dan transaksi yang pada akhirnya berdampak pada harga hasil pertanian yang tinggi.

Kompleksitas rantai pasok komoditas pangan, khususnya komoditas beras, bawang merah, dan cabai merah berkaitan dengan ketersediaan dan kualitas infrastruktur, sifat produksi pangan yang musiman, dan konektivitas antarsentra produksi dan konsumsi. Adakalanya dalam pemasaran hasil pertanian, kendala infrastruktur masih dihadapi petani. Jarak tempuh lokasi dari sentra usaha tani ke pasar di perkotaan relatif memakan waktu yang lama dan membutuhkan biaya yang relatif besar. Oleh

karena itu, pengembangan komoditas pangan di masing-masing daerah dapat disinergikan dengan konektivitas yang baik, seperti akses jalan yang baik dan memadai.

Selain itu, rantai pasok yang panjang seringkali sebagai pemicu harga pangan tinggi hingga ke tingkat konsumen. Rantai pasok yang terlalu panjang akan memberikan peluang setiap titik distribusi itu mengambil untung yang tinggi. Rantai pendistribusian pasokan komoditas pangan yang panjang juga membuat harga di tingkat petani rendah, namun melambung di tingkat konsumen. Oleh karena itu, strategi yang diambil pemerintah adalah memotong rantai pasok yang panjang tersebut.

Rantai pasok pangan disusun oleh sejumlah entitas yang saling berinteraksi melalui pola interaksi yang khas sesuai dengan struktur yang terbentuk. Semakin banyak jumlah entitas yang terlibat dalam rantai pasok maka akan berpengaruh pada struktur yang terbentuk dan menentukan kompleksitas sebuah rantai pasok. Entitas-entitas tersebut saling berinteraksi guna mencapai tujuan bersama, yaitu konsumen akhir (Mahbubi, 2013). Menurut Zhou dan Benton (2007), sebuah rantai pasok merupakan sistem terintegrasi. Sebagai sebuah sistem, sudut pandang analisis terhadap rantai pasok harus menyeluruh. Sebuah produk pangan seperti beras harus melewati delapan tahapan untuk menuju konsumen. Secara skematis rantai pasok tersebut mulai dari petani → penggilingan → distributor → subdistributor → agen → subagen → pedagang grosir → pedagang eceran → konsumen akhir.

Semua unsur, baik perorangan, perusahaan, atau lembaga yang secara langsung terlibat dalam proses pengaliran barang dari produsen ke konsumen disebut lembaga tata niaga. Kegiatan pemasaran disalurkan melalui lembaga-lembaga perantara atau lembaga distribusi. Semakin panjang saluran distribusi yang dilalui suatu produk maka semakin tinggi harga yang harus

dibayarkan konsumen akhir. Kondisi ini terkadang berdampak kepada petani produsen yang biasanya mendapatkan keuntungan yang kecil dibandingkan pedagang. Menurut Mubyarto (1989), sistem distribusi barang atau tata niaga dianggap baik dan efisien apabila memenuhi tiga indikator: (1) mampu menyampaikan hasil-hasil dari produsen kepada konsumen dengan harga yang wajar, (2) mampu menjamin stabilisasi pasokan dan harga, dan (3) mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayarkan konsumen akhir kepada semua pihak yang ikut di dalam kegiatan produksi dan tata niaga barang tersebut. Sistem tata niaga yang tidak efisien akan mengakibatkan kecilnya keuntungan yang diterima oleh produsen. Jadi, harga yang diterima produsen dapat juga dijadikan ukuran efisiensi sistem tata niaga.

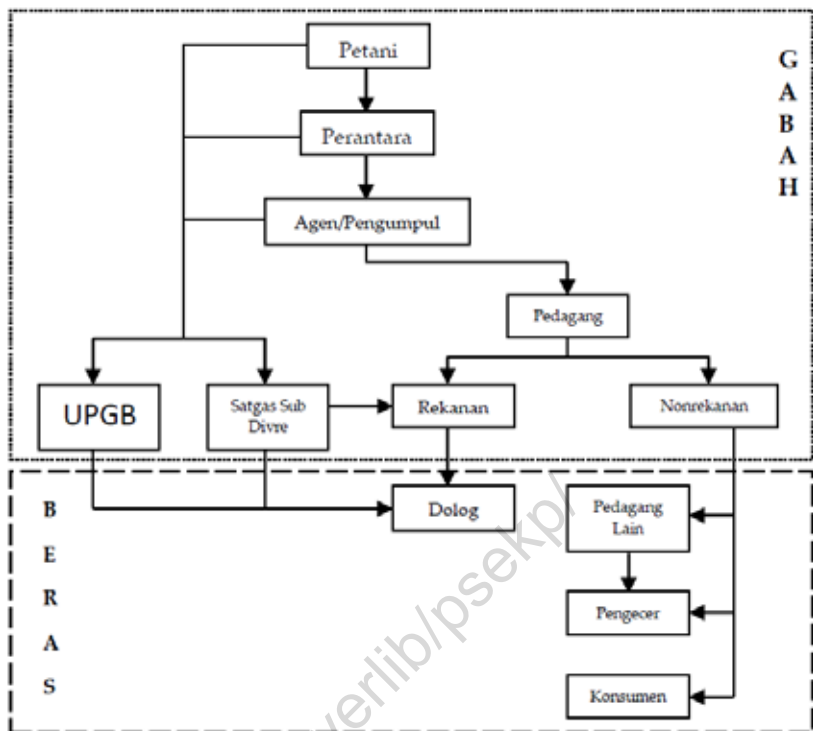
Dalam konteks demikian, kinerja pemasaran memegang peranan sentral dalam pengembangan komoditas pertanian khususnya pangan. Perumusan strategi dan program pengembangan pemasaran yang mampu menciptakan kinerja pemasaran yang kondusif dan efisien akan memberikan kontribusi positif terhadap beberapa aspek, yaitu: (a) mendorong adopsi teknologi, peningkatan produktivitas dan efisiensi, serta daya saing komoditas pertanian; (b) meningkatkan kinerja dan efektivitas kebijakan pengembangan produksi, khususnya kebijakan yang terkait dengan program stabilisasi harga keluaran; dan (c) memperbaiki rumusan kebijakan perdagangan domestik dan internasional (ekspor dan impor) secara lebih efektif dan optimal.

Terdapat sejumlah faktor (intrinsik dan eksternal) yang berpengaruh terhadap kinerja pemasaran produk pertanian. Secara intrinsik, faktor yang berpengaruh di antaranya adalah struktur pasar, tingkat integrasi pasar, dan margin pemasaran. Bentuk pasar yang mengarah kepada pasar monopoli akan berpengaruh

terhadap tingkat kompetisi yang akan berdampak terhadap pembentukan harga, transmisi harga, dan bagian harga yang diterima petani. Secara implisit, struktur pasar akan berdampak terhadap kinerja integrasi pasar dan nilai margin pemasaran. Faktor eksternal yang berpengaruh pada hakikatnya adalah terkait dengan kebijakan pemerintah seperti pengembangan infrastruktur pemasaran (fisik dan kelembagaan), program stabilisasi harga output, perpajakan dan redistribusi, kebijakan pengembangan produk dan pengolahan hasil pertanian, dan lain lain.

Besarnya margin beras di setiap tingkatan pelaku pasar berbeda satu dengan yang lainnya. Menurut Komisi Pengawasan Persaingan Usaha (2017) dalam perdagangan beras seringkali keuntungan terbesar justru dirasakan oleh para pemain yang ada di tengah rantai niaga. Sementara petani yang bekerja paling keras hanya memperoleh untung yang sedikit atau justru merugi. Semakin panjang rantai maka semakin tinggi rentang disparitas harga mulai dari produsen yang kemudian diproses menjadi beras pada penggilingan hingga konsumen akhir.

Hasil kajian tata niaga beras yang dilakukan PSEKP (2016) di Kabupaten Karawang mengungkapkan bahwa terdapat beberapa kelembagaan pemasaran beras yang menyebabkan panjangnya rantai distribusi beras. Kelembagaan yang terlibat tersebut adalah dimulai dari petani, pedagang perantara, penggilingan padi, pedagang besar, pedagang lainnya, hingga pengecer. Masing-masing kelembagaan tersebut memperoleh margin pemasaran yang bervariasi dan tertinggi diraih oleh pengecer. Rantai pemasaran beras di lokasi kajian di Kabupaten Karawang disajikan pada Gambar 2.



Sumber: PSEKP (2016)

Gambar 2. Saluran pemasaran gabah dan beras di lokasi kajian Kabupaten Karawang, Jawa Barat, 2016

Mengenai sebaran margin pemasaran gabah/beras setelah gabah dijual dari petani disajikan pada Tabel 1. Hadirnya beberapa kelembagaan pemasaran yang terlibat dalam pemasaran beras di Kabupaten Karawang menyebabkan setiap pelaku berupaya meraih margin pemasaran yang relatif besar. Margin pemasaran beras pada lokasi kajian cukup bervariasi dan tertinggi diraih oleh pedagang pengecer, yaitu sebesar Rp2.350/kg atau sekitar 50 persen dari harga yang diterima petani.

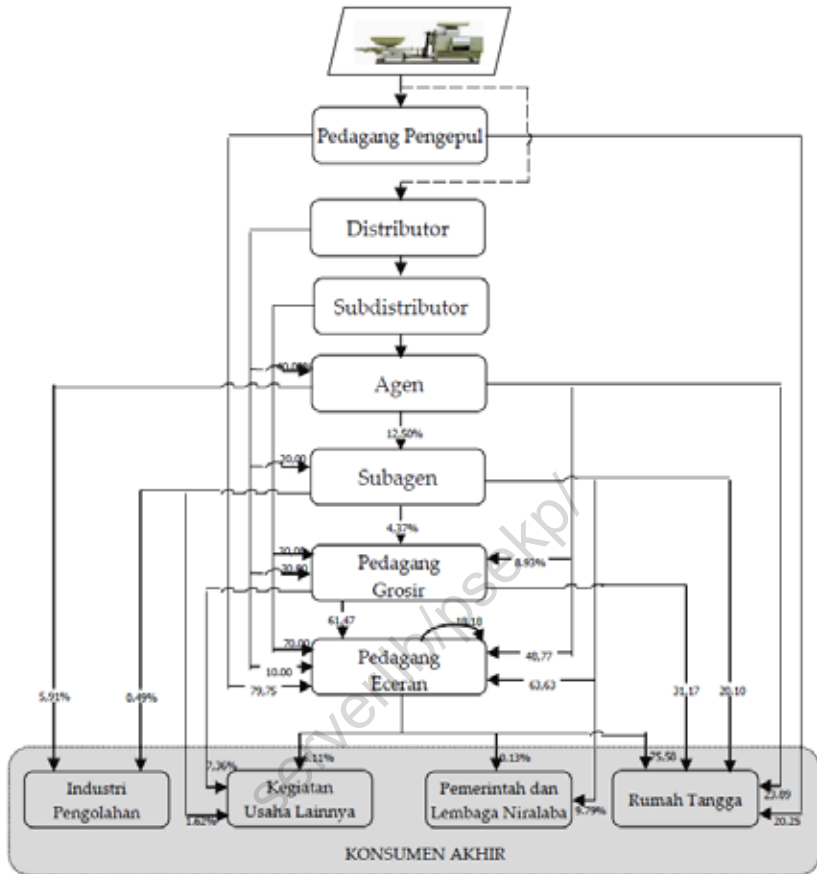
Tabel 1. Kinerja harga dan margin pemasaran dalam rantai pasok gabah/beras di Kabupaten Karawang, 2016

No.	Pelaku pemasaran	Biaya susut (Rp/kg)	Bentuk beli/ jual	Harga beli (Rp/kg)	Harga jual (Rp/kg)	Biaya giling, pemasaran, dan lainnya (Rp/kg)	Total biaya (Rp/kg)	Margin pemasaran (Rp/kg)
1.	Petani	-	(gabah/ gabah)	-	4.500	-	1.201	-
2.	Pengumpul	-	(gabah/ gabah)	4.500	4.700	125	-	75
3.	Penggilingan	1.974	(gabah/ beras)	4.700	8.000	806	2.780	520
4.	Pedagang Pasar Induk Johar	80	(beras/ beras)	8.000	8.900	150	230	670
5.	Pengecer	-	(beras/ beras)	8.900	11.500	250	250	2.350

Sumber: PSEKP (2016)

Informasi serupa dikemukakan dalam hasil kajian Badan Pusat Statistik (BPS, 2015) tentang pola distribusi perdagangan cabai merah di 35 provinsi. Kajian tersebut mengemukakan bahwa di sentra produksi di Provinsi Jawa Barat (dengan sampel kajian kabupaten/kota) perdagangan cabai merah melibatkan pedagang pengepul, distributor, subdistributor, agen, subagen, pedagang grosir, dan pedagang eceran. Sementara konsumen akhir beras terdiri atas industri pengolahan, kegiatan usaha lainnya, pemerintah dan lembaga nirlaba, serta rumah tangga. Distributor merupakan pemegang kunci distribusi perdagangan.

Untuk kasus komoditas beras, distributor yang mendapatkan pasokan beras dari produsen kemudian menjual beras tersebut ke berbagai fungsi usaha seperti agen, subagen, pedagang grosir, dan pedagang eceran. Hal ini sebagaimana disajikan pada Gambar 3.



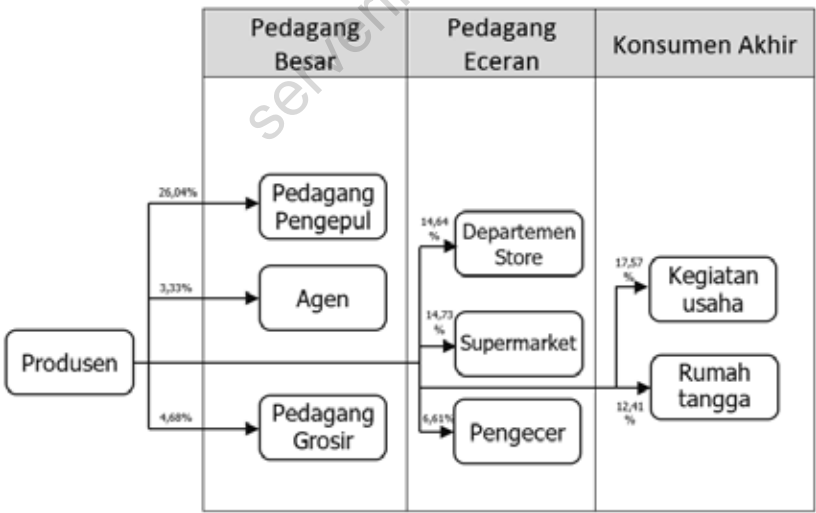
Sumber: BPS (2015)

Gambar 3. Pola distribusi perdagangan beras di Provinsi Jawa Barat, 2015

Komoditas pangan strategis lainnya, seperti komoditas hortikultura cabai merah dan bawang merah, memiliki karakteristik pemasaran yang spesifik dan juga melibatkan beberapa tahapan kelembagaan pemasaran. Menurut BPS (*kompas.com*, 2016) di antara berbagai komoditas pangan strategis, cabai merah merupakan komoditas yang memiliki pola distribusi paling panjang. Akibat rantai perdagangan yang panjang ini, maka perbedaan harga

dari produsen ke konsumen menjadi yang paling besar di antara komoditas lain. Kalau pelaku pemasaran banyak dan masing-masing meraih margin yang bervariasi maka konsumen akhir akan membayar komoditas cukup tinggi. Saat ini pemerintah berupaya untuk memotong mata rantai distribusi yang panjang seperti pada komoditas cabai merah.

Selain itu, dari hasil kajian BPS (2015) tersebut diketahui bahwa produsen cabai merah menjual produk cabai merah sebagian besarnya ke pedagang pengepul (26,04%). Produsen juga menjual cabai merah ke pedagang besar yang lain, yaitu agen (3,33%), pedagang grosir (4,68%), dan ke kelompok pedagang eceran, yaitu *department store* (14,64%), *supermarket* (14,73%), dan pengecer (6,61%). Selain menjual ke pedagang, produsen pun menjual langsung ke konsumen akhir, yaitu kegiatan usaha lainnya (17,57%) dan rumah tangga (12,41%). Berdasarkan gambaran tersebut, pola penjualan cabai merah secara umum di Indonesia disajikan pada Gambar 4.

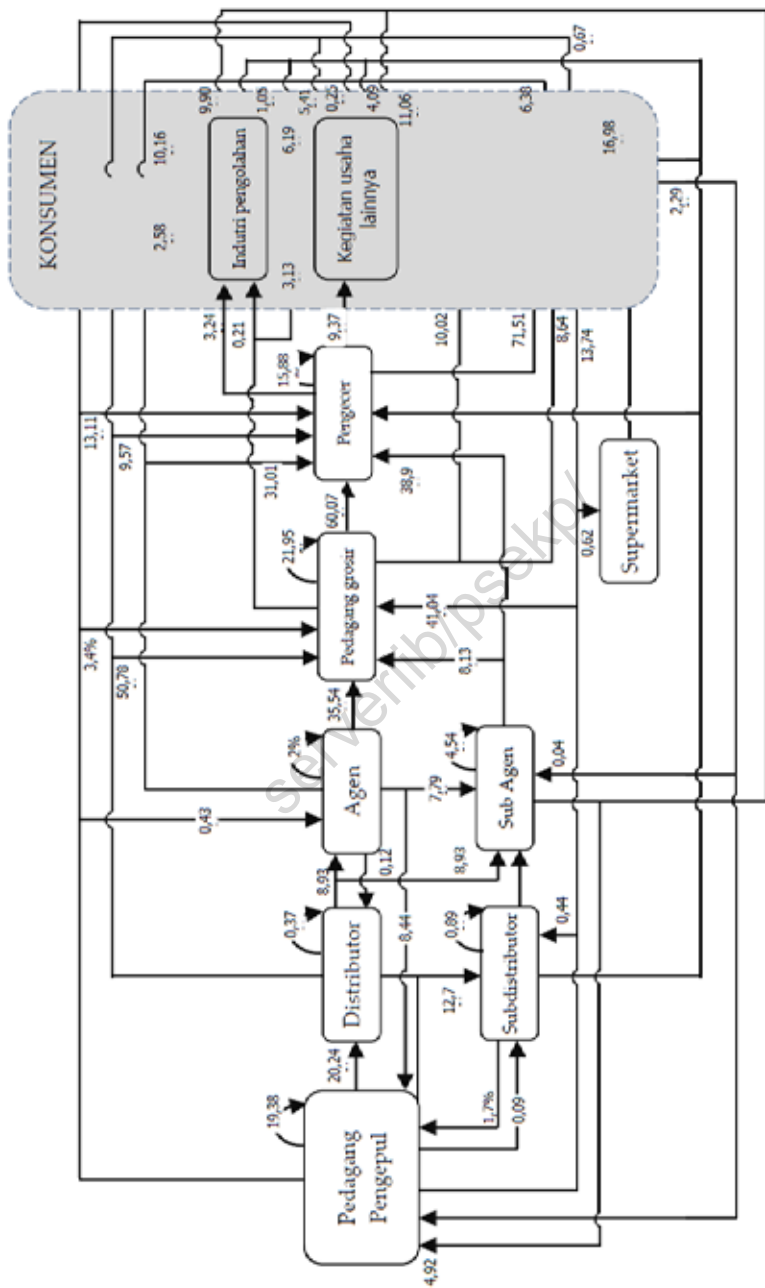


Sumber: BPS (2015)

Gambar 4. Pola penjualan produksi cabai merah dari produsen di Indonesia, 2015

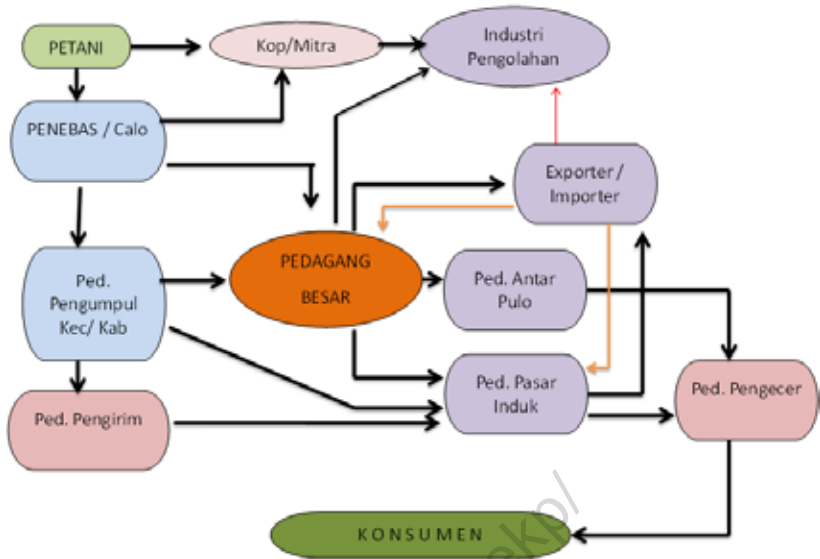
Berdasarkan pola dan jalur distribusi perdagangan cabai merah, secara umum perdagangan cabai merah di Indonesia berawal dari pedagang pengepul yang mendapatkan pasokan dari produsen. Namun demikian, produsen pun memasok cabai merah ke pedagang lain selain pedagang pengepul dan juga pedagang pengepul pun bisa mendapatkan pasokan dari selain produsen. Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa pedagang seperti distributor, subdistributor, agen, subagen, dan pedagang grosir juga menjual cabai merah ke pedagang pengepul. Distribusi perdagangan cabai merah di Indonesia disajikan pada Gambar 5.

Pada komoditas hortikultura bawang merah, meskipun menurut BPS (*kompas.com*, 2016) alur tata niaganya tidak sepanjang dibandingkan cabai merah, namun juga terdapat beragam kelembagaan pemasaran yang berperan dalam distribusinya mulai dari produsen hingga konsumen. Hasil kajian PSEKP (2016) menyebutkan bahwa berkembangnya pola tebasan dalam dekade terakhir menyebabkan rantai tata niaga bawang merah berkembang ke pola rantai: *petani ke penebas, berlanjut ke pedagang pengumpul, lalu masuk ke pedagang besar/pengirim, dan akhirnya ke pasar induk/antarpulau - pedagang pengecer lalu ke konsumen*. Namun, sebagian besar penebas juga merangkap sebagai pedagang pengumpul yang juga mengirim barang ke pasar induk, dan dalam banyak kasus penebas dan pedagang pengumpul adalah kaki tangan pedagang besar. Dengan demikian, sebenarnya rantai tata niaga bawang merah dinilai cukup ringkas/pendek, yaitu *dari petani ke pedagang (penebas, pengumpul - pengirim) lalu pasar induk/antarpulau, berlanjut ke pedagang pengecer dan akhirnya tiba di konsumen*. Gambar 6 menyajikan alur tata niaga bawang merah di Kabupaten Brebes.



Sumber: BPS (2015)

Gambar 5. Pola distribusi perdagangan cabai merah di Indonesia, 2015



Sumber: PSEKP (2016)

Gambar 6. Alur tata niaga bawang merah di Kabupaten Brebes, 2016

Untuk memangkas rantai pasok agar harga bawang merah yang dibeli konsumen stabil, pemerintah yang dalam hal ini Kementan telah berkoordinasi dengan Kementerian Perdagangan (Kemendag) dan Perum Bulog sebagai lembaga stabilisator harga pangan agar dapat melakukan upaya intervensi pasar bawang merah. Langkah kongkret yang dilakukan Perum Bulog yakni membeli bawang merah langsung di tingkat petani dengan harga menguntungkan petani. Kemudian Bulog melakukan penyimpanan stok bawang merah untuk dipasarkan pada saat pasokan bawang merah di pasar menipis. Melalui upaya ini, kekurangan pasokan di bulan-bulan tertentu dapat dipenuhi sendiri tanpa harus impor.

Upaya tersebut ternyata telah cukup berhasil. Misalnya, saat menjelang dan selama Ramadan tahun 2015 lalu, Bulog sebagai stabilisator harga berhasil menstabilkan harga bawang merah.

Misalnya, saat harga bawang merah di Jabodetabek mencapai Rp25 ribu/kg, dengan intervensi pasar yang dilakukan Bulog maka harga turun menjadi Rp15 ribu/kg. Hal ini disebabkan langkah Bulog yang langsung membeli bawang merah di sentra produksi, yakni di Kabupaten Brebes, Jawa Tengah dan Kabupaten Bima, Nusa Tenggara Barat.



Gambar 7. Menteri Pertanian Amran Sulaiman bersama dengan Menteri Perindustrian Saleh Husin saat meninjau operasi pasar murah di Jakarta, 2016

Dinamika Harga dalam Rantai Pasok Pangan

Semakin meningkatnya harga produk-produk pangan di tingkat konsumen belakangan ini seharusnya dapat dinikmati oleh para petani. Namun, peningkatan harga tersebut tidak ditransmisikan ke tingkat petani. Selama ini terdapat kerumitan pada rantai

pasok pangan sehingga pedagang-pedagang besar yang justru menikmati perbedaan harga yang tinggi ini, sedangkan petani hanya menikmati keuntungan sekitar 10 sampai dengan 20 persen. Petani menanam padi hingga panen sekitar 120 hari, sedangkan pedagang yang langsung terlibat dalam proses pemasaran langsung mendapatkan untung yang tinggi. Oleh karena itu, urgensi terbentuknya struktur pasar bagi komoditas strategis seperti bawang merah dan cabai merah yang memberi rasa keadilan yang tinggi bagi petani sangat diperlukan. Rantai distribusi yang panjang akan menciptakan senjang harga yang besar antara produsen dan konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian Johan (2014), diketahui bahwa penetapan kebijakan Harga Pembelian Pemerintah (HPP) merupakan intervensi pemerintah dalam menjaga kestabilan harga di pasar. Rendahnya elastisitas permintaan atas gabah dibandingkan elastisitas penawaran gabah yang dapat menyebabkan timbulnya kondisi tidak stabil, tentu saja dapat merugikan produsen. Perubahan pada sisi penawaran ini akan ditransmisikan dalam bentuk tekanan besar terhadap harga produsen yang akan menyebabkan terjadinya kondisi tak seimbang pada harga pasar (terjadi pergeseran kesimbangan pasar). Fakta inilah yang menyebabkan intervensi pemerintah dalam penetapan HPP gabah sangat penting terutama melindungi kesejahteraan produsen dan konsumen secara berimbang. Kebijakan HPP mempertimbangkan beberapa aspek penyediaan, seperti harga di tingkat petani, tingkat pendapatan petani, dan insentif berupa lahan.

Untuk melihat elastisitas harga di tingkat produsen (P_f) dan tingkat konsumen (P_r), dapat dilihat elastisitas transmisi (E_t) harganya, yaitu perubahan nisbi dari harga eceran terhadap perubahan nisbi harga di tingkat produsen (Azzaino, 1982). Analisis elastisitas transmisi (E_t) harga bertujuan untuk melihat

bagaimana dampak perubahan harga suatu barang di tingkat pasar tertentu terhadap perubahan harga barang itu di tempat/tingkat pasar lainnya, rumus perhitungan elastisitas transmisi adalah $E_t = \delta P_f / \delta P_r$ atau $E_t = (\delta P_r / \delta P_f) \times (p_f / P_r)$.

Dengan diketahui besaran elastisitas transmisi harga maka dapat diketahui pula besar perubahan nisbi harga di tingkat pengecer (dP_r / P_r) dan perubahan harga di tingkat petani (dP_f / P_f), sehingga dengan diketahuinya hubungan ini diharapkan adanya informasi pasar tentang: (1) kemungkinan adanya peluang kompetisi yang efektif dengan jalan memperbaiki '*market transparency*'; (2) keseimbangan penawaran dan permintaan antara petani dengan pedagang sehingga dapat mencegah fluktuasi yang berlebihan; (3) kemungkinan pengembangan pedagang antardaerah mengabaikan informasi perkembangan pasar nasional atau lokal; dan (4) kemungkinan pengurangan risiko produksi dan pemasaran sehingga dapat mengurangi kerugian.

Menurut Hasyim (2012), kriteria pengambilan keputusan pada elastisitas transmisi harga adalah sebagai berikut: (1) Jika $E_t = 1$ berarti laju perubahan harga di tingkat konsumen akhir sama dengan laju perubahan harga di tingkat produsen. Hal ini berarti bahwa pasar yang dihadapi oleh seluruh pelaku tata niaga adalah bersaing sempurna dan sistem tata niaga yang terjadi sudah efisien; (2) jika $E_t < 1$ maka laju perubahan harga di tingkat konsumen akhir lebih kecil daripada laju perubahan harga di tingkat produsen. Pasar yang dihadapi oleh seluruh pelaku pasar adalah pasar tidak bersaing sempurna dan sistem pemasaran yang berlaku belum efisien; dan (3) jika $E_t > 1$ berarti laju perubahan harga di tingkat konsumen akhir lebih besar dibandingkan dengan laju perubahan harga di tingkat produsen. Keadaan ini bermakna bahwa pemasaran yang berlaku belum efisien dan pasar yang dihadapi oleh pelaku tata niaga adalah bersaing secara tidak sempurna.

Hasil analisis menunjukkan bahwa elastisitas transmisi pada komoditas padi/beras dan bawang merah > 1 . Hal ini berarti bahwa laju perubahan harga padi/beras dan bawang merah di tingkat konsumen lebih besar dibandingkan dengan laju perubahan harga di tingkat produsen (Tabel 2). Kondisi ini memberikan makna bahwa pemasaran yang berlaku belum efisien dan pasar yang dihadapi oleh pelaku tata niaga adalah bersaing secara tidak sempurna. Berbeda halnya dengan komoditas cabai merah, nilai elastisitas transmisinya < 1 . Hal ini menunjukkan bahwa laju perubahan harga cabai merah di tingkat konsumen lebih kecil daripada laju perubahan harga di tingkat produsen. Pasar yang dihadapi oleh seluruh pelaku pasar adalah pasar tidak bersaing sempurna dan sistem pemasaran yang berlaku belum efisien. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa perubahan harga di tingkat konsumen pada komoditas padi/beras, bawang merah, dan cabai merah cenderung kurang dapat tertransmisikan dengan baik ke tingkat petani.

Tabel 2. Elastisitas transmisi harga produsen terhadap harga konsumen komoditas beras, bawang merah, dan cabai merah di Indonesia, 2015-2017

No.	Komoditas	Elastisitas Transmisi (Et)
1.	Padi/Beras	1,22
2.	Bawang Merah	1,02
3.	Cabai Merah	0,70

Sumber: Ditjen Hortikultura (2017) dan BPS (2018), diolah.

Sementara itu, secara empiris harga komoditas pangan mempunyai peranan penting dalam pengendalian inflasi. Porsi sumbangannya yang cukup signifikan terhadap inflasi dan responsnya yang cepat terhadap berbagai *shocks* membuatnya layak untuk dijadikan sebagai *leading indicators* inflasi. Permintaan

konsumsi komoditas pangan yang telah menjadi kebutuhan pokok cenderung stabil sehingga gejolak harganya lebih dipengaruhi oleh *shock* di sisi penawaran seperti siklus panen, bencana, dan distribusi (Prastowo *et al.*, 2008).

Bila dikaji pengaruh harga konsumen terhadap inflasi, diketahui bahwa harga beras berpengaruh positif terhadap inflasi meskipun tidak signifikan. Kenaikan harga beras sebesar Rp100 akan meningkatkan inflasi sebesar 0,057%. Hal yang sama untuk bawang merah, di mana pengaruhnya positif, yaitu terdapatnya kenaikan harga bawang merah sebesar Rp100 akan meningkatkan inflasi sebesar 0,00285%. Pengaruh yang signifikan terhadap inflasi adalah kenaikan harga cabai merah. Dalam konteks ini, kenaikan harga cabai merah sebesar Rp100 akan meningkatkan inflasi sebesar 0,0413% (Tabel 3).

Tabel 3. Pengaruh harga beras terhadap inflasi di Indonesia, Januari 2014-Desember 2017.

No.	Variabel	Koefisien	t-hitung
1.	Koefisien	0,34835	5,952*
2.	Harga beras (t – 1)	0,00057	1,311
3.	Harga bawang merah (t – 1)	0,0000285	0,190
4.	Harga cabai merah (t – 1)	0,0004131	5,660*
	R ² = 0,45		
	Fhitung = 11,235		

Keterangan: *) Signifikan pada taraf $\alpha = 5\%$

Hasil kajian Prastowo *et al.* (2008) juga mengungkapkan bahwa komoditas pangan mempunyai peranan yang penting karena sumbangannya yang cukup signifikan dalam pembentukan inflasi (*volatile foods*). Hasil estimasi pembentukan harga lima komoditas utama penyumbang inflasi kelompok *volatile foods* mengindikasi-

kan bahwa: (i) Semakin cepat rusak/busuk (*perishable*) suatu komoditas tingkat fluktuasi harganya semakin tinggi, tercermin dari koefisien lag variable harga komoditas yang semakin rendah; (ii) manajemen stok atas suatu komoditas (seperti yang dilakukan Bulog dalam komoditas beras) dapat mengurangi tekanan gejolak harga; (iii) pola produksi yang tidak dipengaruhi oleh faktor musiman dan pola distribusi yang bersifat lokal (seperti komoditas daging sapi) mengurangi fluktuasi harga; (iv) harga komoditas yang porsi ekspor-impornya cukup tinggi terkait erat dengan perkembangan harga di pasar internasional.



Gambar 8. Kunjungan Menteri Pertanian Amran Sulaiman bersama Menteri Perdagangan Enggartiasno Lukito saat operasi pasar di Pasar Induk Beras Cipinang, Jakarta, 2017

Upaya Pencapaian Stabilisasi Harga Pangan

Produksi beras di Indonesia didominasi oleh para petani kecil, bukan oleh perusahaan besar yang dimiliki swasta atau negara. Para petani kecil berkontribusi sekitar 90 persen dari produksi total beras di Indonesia. Setiap petani itu memiliki lahan rata-rata kurang dari 0,5 hektar. Kebutuhan beras nasional relatif besar, mengingat jumlah penduduk Indonesia saat ini hingga mencapai sekitar 262 juta jiwa dan konsumsi per kapita sekitar 114,80 kg/kap/tahun. Karena itu, dalam rangka mencapai produksi beras tersebut, pemerintah terus mendorong dan mengakselerasi para petani untuk meningkatkan produksi padi/beras dengan memperkenalkan inovasi teknologi dan menyediakan pupuk bersubsidi. Di sisi lain, pemerintah berusaha mengurangi konsumsi beras masyarakat melalui kegiatan panganekaragaman pangan seperti “satu hari tanpa beras” (*one day no rice*) dan mempromosikan konsumsi makanan berbasis pangan lokal, seperti makan ikan, telur, dan sumber karbohidrat dan pangan lokal.

Struktur pasar akan direfleksikan oleh kondisi dan perilaku pasar yang dihadapi oleh petani. Perilaku pasar pada tingkat yang paling bawah ini pada hakikatnya merupakan turunan secara akumulatif dari sistem dan perilaku pelaku tata niaga di atasnya. Pemahaman kondisi pasar di tingkat petani yang mencakup proses pembentukan harga, bagian harga yang diterima petani, dan margin pemasaran serta faktor-faktor yang mempengaruhinya merupakan informasi penting dalam rangka peningkatan efisiensi dan kompetisi pasar yang lebih baik. Hasil kajian PSEKP berbagai tahun mengungkapkan bahwa struktur pasar gabah misalnya, didominasi oleh pedagang pengumpul. Di semua kabupaten sentra produksi, umumnya pedagang pengumpul menguasai sebagian besar gabah petani.

Pasar beras saat ini mengarah pada struktur oligopsonistik, di mana terdapat beberapa pelaku pedagang beras yang menguasai pola pemasarannya. Pada pemasaran komoditas beras, diketahui

diperlukan modal sosial atau tingkat kepercayaan (*trust*) yang tinggi antarpelaku sehingga tidak mengarah suatu distorsi pasar. Pada perkembangannya, seringkali pada pasar beras nasional muncul pelaku pasar yang kinerjanya selalu memburu rente ekonomi beras yang diistilahkan sebagai mafia beras. Pelaku pasar demikian juga selalu memanfaatkan pasar beras yang bersifat oligopsonistik dengan beroperasi memanfaatkan para pelaku pedagang di level bawah seperti tengkulak, pedagang perantara, atau *middlemen* yang memiliki jaringan sampai di tingkat kecamatan dan perdesaan.

Para pelaku pasar yang memburu rente juga cenderung memiliki akses yang baik terhadap perumus dan pelaksana kebijakan ekonomi, bahkan memanfaatkan atau turut serta mempengaruhi sistem tata niaga beras, terutama yang melibatkan impor. Akibatnya, pasar beras semakin terdistorsi dan semakin tidak efisien.

Dalam konteks ini, rentang harga mulai dari harga jual dari tingkat petani hingga harga yang diterima konsumen akan semakin jauh (disparitasnya tinggi). Semakin panjang rantai maka semakin tinggi rentang disparitas harga mulai dari produsen yang kemudian diproses menjadi beras pada penggilingan hingga konsumen akhir. Oleh karena itu, diperlukan secara bertahap agar alur tata niaga atau pemasaran agar lebih efisien lagi dengan cara lebih memperpendek alur tata niaganya.

Selanjutnya, pada komoditas cabai merah dan bawang merah terdapat beberapa masalah umum yang terdapat dalam sistem rantai pasok komoditas pertanian, di antaranya distribusinya yang masih melalui jalur tata niaga panjang, distribusi margin yang tidak adil sehingga nilai tambah yang diterima petani tidak optimal, dan fluktuasi harga tinggi yang juga dapat menyebabkan risiko menjadi tinggi. Masalah distribusi komoditas tersebut di Indonesia masih perlu diperhatikan dan diberikan solusi yang tepat. Hal tersebut berdasarkan adanya disparitas harga yang

cukup tinggi antara harga di tingkat produsen dengan harga di tingkat konsumen.

Harga cabai dan bawang merah yang sering melonjak disebabkan oleh berbagai faktor, di antaranya keadaan di mana jumlah permintaan lebih besar dari jumlah penawaran sehingga terjadilah keterbatasan penawaran atau pasokan cabai di pasaran. Hal inilah yang kemudian menyebabkan kenaikan harga cabai. Selain itu, kondisi terbatasnya jumlah pasokan cabai juga diakibatkan oleh terganggunya produksi yang dialami oleh para petani karena bergesernya pola cuaca yang mengganggu pola dan kuantitas produksi cabai. Mengingat cabai merupakan jenis komoditas yang mudah membusuk, maka perubahan cuaca ini sangat mempengaruhi produksi cabai yang sangat bergantung pada cuaca khususnya kelembapan udara dan kadar air tanah. Tingkat produksi cabai tentunya mempengaruhi keberlanjutan rantai pasok cabai itu sendiri. Semakin minim tingkat permasalahan pada rantai pasok tersebut, semakin besar keberlanjutan rantai pasok tersebut.

Hasil kajian Soepatini *et al.* (2018) mengungkapkan bahwa terdapatnya rantai pasok yang panjang akan berpengaruh terhadap harga. Pengaruh harga khususnya yang menekan pada level produsen akan berpengaruh terhadap insentif berproduksi. Sementara semakin meningkatnya harga pada level pedagang paling bawah seperti eceran, akan mempengaruhi kemampuan daya beli konsumen dalam memperoleh produk pertanian yang dibeli. Keberlanjutan rantai pasok cabai merah dan bawang merah dapat tercapai salah satunya dengan stabilisasi pasokan dan stabilisasi harga. Langkah kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah terkait stabilisasi pasokan adalah:

- 1) Manajemen produksi. Beberapa langkah yang diperlukan yaitu: (a) perencanaan pola tanam antarwilayah, (b) membagi kuota tanam cabai antardaerah sesuai dengan potensinya, (c) pemantauan luas tambah tanam, produksi, dan harga bulanan;

dan (d) perpanjangan masa panen dengan pengaturan pemupukan.

- 2) Perbaikan teknis Budi daya. Beberapa langkah yang ditempuh adalah: (a) melaksanakan *protected culture*, yaitu pemberian naungan (dengan mulsa, *shading net*, dan *screenhouse*); (b) pengaturan guludan dan drainase, di mana guludan/saluran drainase lebih tinggi pada saat kondisi lembap (musim hujan tinggi) dan guludan/saluran lebih rendah pada saat kondisi kering (musim hujan rendah); (c) penggunaan benih berkualitas (unggul bermutu/bersertifikat); dan (d) pengendalian organisme pengganggu tanaman (OPT).

Sementara untuk kebijakan operasional terkait stabilisasi harga pangan cabai merah dan bawang merah di antaranya berupa: (1) pemantapan manajemen produksi yang telah ada sehingga perencanaan dan realisasi lebih akurat; (2) kemitraan dengan industri untuk memberikan jaminan harga (antisipasi harga anjlok); (3) promosi konsumsi cabai merah dan bawang merah olahan; (4) penjajakan ekspor jika terjadi surplus produksi; (5) dukungan infrastruktur seperti jalan, pasar, dan sarana transportasi yang memadai; dan (6) dukungan konektivitas terkait informasi harga dan pemasaran, misalnya melalui telekomunikasi.

Selain berbagai kebijakan operasional di atas, dalam dua tahun terakhir TTI telah berperan signifikan dalam menjaga stabilisasi harga pangan. Seperti telah diuraikan di bagian depan pada bab ini, diketahui bahwa dalam dua tahun terakhir harga beras, cabai, dan bawang merah relatif lebih stabil dibandingkan dua tahun sebelumnya. Hasil positif ini tentu saja bukan hanya karena kehadiran TTI, tetapi secara bersama dengan hadirnya berbagai kebijakan lainnya seperti disebutkan di atas. TTI juga sudah turut menyumbang dalam menjaga stabilitas harga beras, cabai, dan bawang merah di tingkat produsen dan konsumen.



Gambar 9. Menteri Perdagangan memperlihatkan beras yang dijual di TTI dalam rangka menghadiri acara Apel Siaga TTI di Karawang, 2017

serverlib/psekp/

Bab 3.

TOKO TANI INDONESIA: SEBUAH INOVASI KELEMBAGAAN PEMASARAN PANGAN

Kebijakan Makro Stabilisasi Harga Pangan Nasional

Rumah tangga petani, khususnya rumah tangga petani yang berlahan sempit, menghadapi dua risiko utama dalam menjalankan usaha taninya, yaitu instabilitas hasil produksi untuk dipasok ke pasar dan instabilitas harga hasil produksi di pasar.

Masalah Stabilisasi Pasokan dan Harga Pangan

Instabilitas harga merupakan salah satu risiko utama yang dihadapi petani berlahan sempit. Instabilitas harga produk pertanian yang dihadapi oleh petani pada umumnya disebabkan oleh pola panen yang bersifat musiman, sementara permintaan produk pertanian relatif tetap sepanjang tahun. Harga produk pertanian anjlok saat

musim panen dan melonjak pada saat musim paceklik. Gejolak harga produk pertanian dapat berdampak negatif terhadap ketahanan pangan rumah tangga petani, mengingat bahwa petani berlahan sempit di samping sebagai produsen bahan pangan, mereka umumnya juga berstatus sebagai konsumen pangan (*net food consumers*). Karena petani berlahan sempit membelanjakan sebagian besar pendapatannya untuk belanja makanan, maka lonjakan harga makanan memaksa mereka untuk mengurangi jumlah makanan yang dikonsumsi dan/atau mengurangi kualitas pangan yang dikonsumsi, yang pada gilirannya dapat menimbulkan masalah kerawanan pangan pada rumah tangga petani yang bersangkutan.

Keterjangkauan pangan (*food accessibility*) merupakan salah satu komponen penentu ketahanan pangan. Dengan pendapatan rumah tangga tetap, keterjangkauan pangan oleh masyarakat ditentukan oleh tingkat harga eceran pangan yang harus dibayar oleh masyarakat (konsumen) pada saat tertentu di mana konsumen bertempat tinggal. Di negara berkembang pada umumnya, lebih dari 70% pengeluaran rumah tangga dibelanjakan untuk memenuhi kebutuhan pangan. Di samping itu, lonjakan harga pangan juga akan memicu kenaikan harga barang-barang lain serta memicu laju inflasi yang semakin membebani masyarakat dan perekonomian nasional.

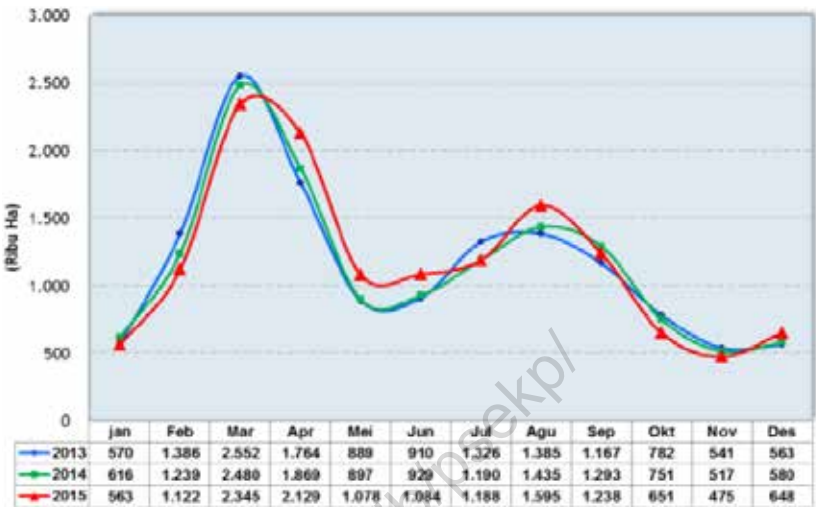
Berdasarkan kompleksnya permasalahan yang ditimbulkan oleh instabilitas harga pangan sebagaimana diuraikan terdahulu, maka berbagai negara berkembang yang padat penduduknya termasuk Indonesia melaksanakan kebijakan stabilitas harga pangan. Ada tiga alasan bagi suatu negara untuk melakukan stabilisasi harga pangan, yaitu: (1) infrastruktur yang tidak memadai, (2) belum berkembangnya lembaga mitigasi risiko seperti kredit dan asuransi pasar, dan (3) kurangnya perlindungan terhadap guncangan eksternal. Semua alasan tersebut merupakan kasus kegagalan pasar (Hermanto *et al.* 2016). Secara garis besar,

ada tiga kategori kebijakan stabilisasi harga pangan, yakni: (1) kebijakan intervensi langsung pemerintah atau kebijakan berbasis nonmekanisme pasar (*non-market based intervention*) yang terdiri atas kebijakan harga ganda (*dual pricing*) dan kebijakan penjualan dan pembelian langsung pemerintah (*government's direct intervention on the sale and purchase of food*); (2) kebijakan berbasis mekanisme pasar (*market based intervention*) (Hermanto et al. 2016); dan (3) melakukan pengendalian perdagangan internasional (Gerard 2010).

Sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan (UU Pangan), Pemerintah Republik Indonesia berkewajiban mengelola stabilisasi pasokan dan harga pangan pokok, mengelola cadangan pangan pokok, dan distribusi pangan pokok untuk mewujudkan kecukupan pangan pokok yang aman dan bergizi bagi masyarakat. Stabilisasi pasokan dan harga pangan pokok juga merupakan salah satu kebijakan pemerintah dalam rangka mewujudkan kemandirian ekonomi negara, yang dalam Nawa Cita dipahami sebagai kemampuan negara untuk memenuhi kebutuhan masyarakatnya. Kebutuhan masyarakat dimaksud meliputi kebutuhan dasar (*basic needs*) seperti sandang, pangan, dan papan, serta kebutuhan pelayanan dasar (*basic services*) seperti pendidikan dan kesehatan (Jokowi dan Kalla 2014).

Sebagaimana diketahui, volume panen padi antarwaktu di Indonesia bervariasi menurut musim. Pada umumnya, pola panen padi di Indonesia mengalami dua kali musim panen puncak (panen raya) dalam satu tahun. Musim panen raya pertama umumnya terjadi antara bulan Maret hingga April, yaitu merupakan musim panen raya tertinggi dalam satu tahun. Sedangkan musim panen raya kedua biasanya terjadi antara bulan Agustus sampai dengan September yang sering disebut sebagai musim panen gadu. Setelah selesai panen gadu, Indonesia mengalami masa tidak panen yang sering disebut dengan musim paceklik selama kurang lebih lima bulan, yaitu antara bulan Oktober sampai dengan Februari tahun

berikutnya (Gambar 10). Pola panen yang bervariasi menurut musim panen inilah yang menyebabkan terjadinya lonjakan harga gabah di tingkat petani dan harga beras di tingkat konsumen.



Sumber: Pusdatin (2016)

Gambar 10. Pola panen padi menurut bulan di Indonesia, tahun 2013–2015

Dengan adanya pola panen musiman tersebut, perubahan harga gabah/beras di Indonesia merupakan dinamika perubahan harga yang mengikuti siklus berulang (*cyclical*) dari tahun ke tahun, yaitu harga gabah/beras yang melonjak pada musim paceklik dan harga anjlok pada musim panen raya. Mengingat permintaan beras oleh konsumen boleh dikatakan merata sepanjang tahun, maka secara teoretis sebenarnya pasar dapat meredam lonjakan harga gabah/beras tersebut dengan jalan melakukan penyimpanan kelebihan pasokan (*excess supply*) pada saat panen raya untuk kemudian menjualnya pada musim pacekelik untuk memenuhi kekurangan pasokan (*supply deficit*).

Pada kenyatannya di lapang yang terjadi adalah bahwa rantai pasok yang menghubungkan antara petani produsen gabah/beras

dengan konsumen beras bukanlah merupakan pasar kompetitif yang efisien. Paling tidak ada tiga permasalahan utama yang disebabkan oleh ketidakefisienan rantai pasok gabah/beras ini, yaitu: (1) terjadinya disparitas harga yang besar antara harga gabah/beras di tingkat petani dengan harga beras di tingkat konsumen, (2) tidak simetrisnya hubungan antara harga beras di tingkat produsen dan konsumen, dan (3) sering terjadinya lonjakan harga sesaat akibat tindakan spekulasi oleh beberapa pedagang besar beras.

Kebijakan Intervensi Harga Pangan

Karena adanya permasalahan tidak efisiennya rantai pasok beras seperti dibahas pada bagian terdahulu, maka pemerintah menerapkan kebijakan intervensi pasar untuk stabilisasi harga gabah/beras, baik harga gabah pada tingkat petani maupun harga beras di tingkat konsumen. Kebijakan stabilisasi harga gabah/beras melalui intervensi langsung pemerintah secara komprehensif dilaksanakan dengan mengacu pada Instruksi Presiden (Inpres) Nomor 5 Tahun 2015 tentang Kebijakan Pengadaan Gabah/Beras dan Penyaluran Beras oleh Pemerintah. Menurut Inpres tersebut Pemerintah menugasi Bulog untuk melakukan: (1) pengadaan gabah/beras dalam negeri pada tingkat HPP, (2) penyaluran beras bersubsidi bagi kelompok masyarakat berpendapatan rendah, dan (3) mengelola Cadangan Beras Pemerintah (CBP) untuk menjaga stabilitas harga beras, menanggulangi keadaan darurat, bencana, dan rawan pangan, serta pemberian bantuan dan/atau kerjasama internasional.

Dalam implementasinya, Bulog menjaga harga gabah di tingkat petani dengan cara menyerap surplus gabah/beras hasil produksi petani pada saat panen raya berdasarkan HPP. Rata-rata pengadaan gabah/beras dalam negeri oleh Bulog berkisar antara 1,5 sampai 2 juta ton setara beras, yaitu sekitar 5 persen sampai 7 persen dari total produksi beras dalam satu tahun atau sekitar 20

persen sampai 25 persen dari gabah/beras yang dipasarkan petani selama bulan Maret sampai Mei (musim panen raya puncak). Pengadaan gabah/beras oleh Bulog selama ini boleh dikatakan mengikuti pola panen padi, yang mana jumlah pengadaan Bulog sebagian besar (70%) dilakukan di daerah sentra produsen padi seperti di Jawa dan Sulawesi Selatan serta sebagian besar (60%) dilakukan selama musim panen raya puncak, yaitu Februari sampai Mei (Bulog 2018). Melalui mekanisme pengadaan gabah/beras dalam negeri pada HPP ini secara tidak langsung berarti bahwa Bulog telah melakukan perlindungan yang sekaligus juga jaminan harga gabah/beras di tingkat petani.



Gambar 11. Kementerian Perdagangan dan Kementerian Pertanian melakukan operasi pasar yang digelar mulai Oktober 2017 sampai Maret 2018 dengan menggunakan CBP yang dikelola Bulog, 2017

Di sisi konsumen, Bulog berperan dalam menjaga stabilisasi harga beras melalui tiga mekanisme. *Pertama*, Bulog melakukan penyaluran beras bersubsidi kepada rumah tangga berpendapatan rendah melalui Program Rastra (beras sejahtera yang dulunya

bernama Raskin). Selama tahun 2016 dan 2017 penyaluran beras Rastra oleh Bulog rata-rata sekitar 240 ribu ton per bulan. Dengan jumlah penyaluran beras bersubsidi yang cukup masif ini secara langsung ataupun tidak langsung akan berdampak pada stabilitas harga beras di tingkat konsumen. *Kedua*, Bulog melakukan operasi pasar beras dengan menggunakan CBP untuk meredam kenaikan harga beras di pasar. Operasi pasar beras oleh Bulog dilakukan pada saat harga gabah di pasar melonjak. Sebagai contoh, pada Januari 2018 Bulog telah menyalurkan sekitar 127 ribu ton beras medium dari CBP untuk meredam kenaikan harga beras medium yang pada saat harga rata-rata beras medium tingkat nasional telah mencapai Rp11.000/kg (Bulog 2018). *Ketiga*, Bulog menyalurkan bantuan beras dari CBP untuk para korban bencana yang secara langsung dapat menangani masalah akses pangan di lokasi bencana yang secara tidak langsung juga akan meredam gejolak harga beras di lokasi tersebut.

Dalam rangka mewujudkan ketahanan pangan nasional, pemerintah juga menugasi Perum Bulog dan BUMN lainnya untuk menjaga ketersediaan dan stabilisasi harga bahan pangan pokok dengan menerbitkan Perpres Nomor 48 Tahun 2016 tentang Penugasan Kepada Perum Bulog dalam Rangka Ketahanan Pangan Nasional. Pemerintah menugaskan Bulog dan BUMN lain untuk menjaga ketersediaan pangan dan stabilisasi harga pangan pada tingkat konsumen dan produsen yang meliputi sebelas komoditas pangan pokok, yaitu: beras, jagung, kedelai, gula, minyak goreng, tepung terigu, bawang merah, cabai, daging sapi, daging ayam ras, dan telur ayam. Secara khusus, pemerintah menugaskan Bulog dalam menjaga ketersediaan pangan dan stabilisasi harga pangan pada tingkat konsumen dan produsen untuk jenis pangan pokok beras, jagung, dan kedelai. Selain ketiga pangan pokok tersebut, pemerintah melalui Menteri Perdagangan dapat menugaskan BUMN lain atau Bulog dengan persetujuan Menteri BUMN dan berdasarkan Keputusan Rapat Koordinasi Terbatas (Rakortas) Bidang Perekonomian.

Dalam menjaga ketersediaan pangan dan stabilisasi harga pangan pada tingkat konsumen dan produsen, Bulog melakukan: (1) pengamanan harga pangan di tingkat produsen dan konsumen, (2) pengelolaan Cadangan Pangan Pemerintah (CPP), (3) penyediaan dan pendistribusian pangan, (4) pelaksanaan impor pangan dalam rangka pelaksanaan tugas sebagaimana dimaksud dalam butir (1), (2), dan (3) sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, (5) pengembangan industri berbasis pangan, dan (6) pengembangan pergudangan pangan.

Kebijakan Pengendalian Impor Pangan

Kebijakan stabilisasi harga beras dan komoditas pangan lainnya juga dilaksanakan pemerintah dengan kebijakan pengaturan impor pangan atau dikenal dengan istilah pengendalian perdagangan internasional. Menurut Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, salah satu tujuan kebijakan pengendalian perdagangan luar negeri adalah untuk memberikan perlindungan dan pengamanan kepentingan nasional dari dampak negatif perdagangan luar negeri. Pemerintah melakukan pengendalian perdagangan luar negeri melalui pengaturan perizinan, standar, pelarangan, dan pembatasan.

Kebijakan pengendalian impor pangan ini secara lebih rinci bertujuan untuk mengamankan cadangan dan stabilisasi harga pangan, melindungi petani agar menerima harga layak, dan sekaligus melindungi konsumen agar dapat membeli pangan dengan harga terjangkau. Pengaturan dan pembatasan impor ditujukan untuk menghindari melimpahnya produk pangan impor, khususnya pada saat panen raya, sehingga tidak menekan harga di pasar domestik yang berpotensi merugikan petani produsen. Sebaliknya, keran impor dibuka manakala terjadi kekurangan pasokan (*shortage*) dan lonjakan harga eceran yang berpotensi membebani konsumen. Inilah esensi kebijakan pengaturan impor

untuk tujuan stabilisasi harga beras/pangan yang diterapkan pemerintah (Erwidodo 2014, dan Erwidodo 2015).



Gambar 12. Pasar Tani di Kantor Pusat Kementerian Pertanian berjualan setiap hari Jumat mulai pukul 7.30 sampai 16.00 WIB sejak November 2014 (Foto diambil 2018)

Kebijakan impor beras dibedakan atas dasar jenis dan kualitas beras yang diimpor, yakni beras kualitas medium yang hanya boleh diimpor oleh Bulog dan beras kualitas premium atau beras khusus yang diimpor oleh importir terdaftar (IT). Bulog dapat mengimpor beras kualitas premium untuk tujuan komersial setelah mendapat izin dari pemerintah. Beras kualitas medium merupakan beras

yang kualitasnya setara dengan beras yang diproduksi petani di dalam negeri. Beras kualitas premium di antaranya termasuk beras Thai Homali, Japonica, dan Bhasmati dengan kadar pecah 5 persen, sedangkan beras khusus di antaranya beras ketan, beras setengah masak, dan beras pecah 100 persen. Pemberian hak monopoli kepada Perum Bulog untuk mengimpor beras dimaksudkan untuk melindungi petani dari melimpahnya beras impor dan sekaligus menjaga stabilitas harga eceran beras medium di pasar domestik (Hermanto *et al.* 2016).

Dalam rangka peningkatan produksi dalam negeri untuk produk hortikultura, pemerintah melalui Peraturan Menteri Pertanian No. 16/Permentan /HR.060 /5/2017 tentang Rekomendasi Impor Produk Hortikultura, melakukan pengaturan pembatasan waktu importasi produk hortikultura, yaitu di luar masa sebelum panen raya, panen raya, dan sesudah panen raya dalam jangka waktu tertentu.

Selain itu, berbagai syarat administrasi yang juga diatur dalam permentan tersebut, para importir produk hortikultura wajib mengintegrasikan kegiatan importasi produk hortikultura dengan pengembangan komoditas hortikultura dalam negeri. Khusus bagi importir bawang putih, di samping wajib memenuhi persyaratan disebut terdahulu juga wajib melakukan pengembangan penanaman bawang putih di dalam negeri paling kurang menghasilkan produksi 5 persen dari volume permohonan Rekomendasi Impor Produk Hortikultura (RIPH) per tahun. Luas tanam yang diperlukan untuk menghasilkan 5 persen dimaksud dihitung berdasarkan produktivitas rata-rata 6 ton per hektar.

Upaya Stabilisasi Harga Pangan

Dalam beberapa tahun terakhir ini, Kementerian Pertanian telah mengimplementasikan kebijakan stabilisasi harga pangan di tingkat petani dan di tingkat konsumen melalui berbagai kegiatan. Beberapa upaya atau kegiatan yang mempunyai relevansi

tinggi dengan stabilisasi harga pangan ini antara lain: (1) Dana Penguatan Modal Lembaga Usaha Ekonomi Pedesaan (DPM-LUEP), (2) Lembaga Distribusi Pangan Masyarakat (LDPM), (3) Pengembangan Usaha Agribisnis Pedesaan (PUAP), dan (4) Pasar Tani. Program dan kegiatan ini dapat dipandang sebagai upaya stabilisasi harga pangan melalui pendekatan pasar atau kebijakan berbasis mekanisme pasar (*market based intervention*). Jadi, dalam hal ini secara umum pemerintah melalui Kementerian Pertanian memberikan fasilitasi dan insentif kepada sistem pasar yang ada agar mereka dapat berfungsi secara lebih efektif dan efisien.

Perbedaan dengan stabilisasi harga melalui intervensi pasar atau kebijakan berbasis nonmekanisme pasar (*non-market based intervention*) yang dibahas terdahulu adalah bahwa stabilisasi harga melalui pendekatan pasar ini yang aktif adalah kelembagaan pemasaran itu sendiri, pemerintah hanya sebagai fasilitator dan dinamisator. Sedangkan stabilisasi harga melalui intervensi pasar lebih mengedepankan peran pemerintah melalui BUMN untuk secara aktif melaksanakan fungsi-fungsi pemasaran komoditas pangan yang distabilkan harganya.

Program DPM-LUEP pada hakikatnya bertujuan untuk menjaga stabilitas harga gabah di tingkat petani. Pemerintah melalui Kementan menyalurkan dana APBN yang bersifat talangan (*bridging fund*) kepada LUEP yang memenuhi syarat untuk membeli gabah petani anggotanya pada harga minimal sama dengan HPP. Karena bersifat talangan maka dana yang diterima LUEP harus dikembalikan ke Kas Negara paling lambat pada tanggal 15 Desember tahun berjalan. Program DPM-LUEP yang berlangsung dari tahun 2003 sampai dengan 2007 ini secara lokal spesifik telah mempunyai dampak positif terhadap: (1) stabilitas harga gabah petani anggota, (2) peningkatan pendapatan petani mitra karena harga penjualan gabahnya relatif lebih tinggi dibandingkan harga gabah di pasar setempat (Oktarina 2009), dan (3) kemudahan pemasaran gabah petani mitra (Ashari 2009). Program ini tidak dilanjutkan karena terbit peraturan pengelolaan

keuangan negara yang mengatur pemberian dana talangan hanya boleh dilakukan oleh lembaga keuangan.



Gambar 13. Salah satu pekerja sedang menimbang beras di LUPM komoditas beras, Poktan Sukabakti II, Desa Majalaya, Kecamatan Majalaya, Kabupaten Karawang, 2018

Program LDPM yang dimulai sejak tahun 2008 ini merupakan kelanjutan dan penyempurnaan dari program DPM-LUEP, terutama penyempurnaan dalam bentuk pendanaannya. Dana LDPM adalah dana bantuan pemerintah yang bersumber dari APBN yang disalurkan kepada Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan) dalam rangka memberdayakan kelembagaan Gapoktan agar mampu dan berdaya dalam melakukan aktivitas pendistribusian pangan pokok serta penyediaan cadangan pangan pokok. Perbedaan pengelolaan dana antara DPM-LUEP dan LDPM adalah bahwa Gapoktan peserta LDPM mendapatkan

dana bukan sebagai dana talangan, tetapi berupa dana bantuan permodalan yang tidak wajib mengembalikan dana tersebut kepada pemerintah dan tidak wajib menggulirkan dana yang diterimanya kepada kelompok lainnya.

Program LDPM dalam implementasinya sudah memberikan dampak positif yang nyata, baik pada petani anggota, kelembagaan gapoktan, maupun pada pengembangan ekonomi lokal. Beberapa manfaat positif dari program LDPM di antaranya: (1) terwujudnya stabilisasi harga gabah, beras, dan jagung di wilayah Gapoktan yang ditunjukkan dengan meningkatnya harga hasil panen di atas HPP, (2) terbentuknya cadangan pangan di tingkat masyarakat, (3) meningkatnya pendapatan petani yang dicirikan dengan terwujudnya jual beli hasil panen Gapoktan, dan (4) meningkatnya perekonomian desa yang ditandai dengan meningkatnya pembelian barang modal oleh Gapoktan mitra (Nisa dan Prabawati 2016). Dalam perkembangannya, LDPM pada tahap selanjutnya dapat dipandang sebagai sebagai cikal bakal dari program LUPM. Gapoktan LDPM yang berhasil berkembang memenuhi syarat untuk dapat diikutsertakan dalam program LUPM.

Kementan mulai Tahun 2008 telah melaksanakan program PUAP di bawah koordinasi Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri (PNPM-Mandiri) dan berada dalam kelompok program pemberdayaan masyarakat. Program PUAP sebenarnya bukanlah program stabilisasi harga, baik di tingkat produsen maupun tingkat konsumen. Tujuan utama program PUAP adalah mengurangi kemiskinan dan pengangguran melalui penumbuhan dan pengembangan kegiatan usaha agribisnis di perdesaan sesuai dengan potensi wilayah. Adapun salah satu kegiatan PUAP adalah mengembangkan subsistem agribisnis hilir, yaitu yang mengolah dan memasarkan komoditas pertanian. Melalui pengembangan subsistem agribisnis hilir inilah, PUAP juga dapat berfungsi sebagai lembaga petani yang secara langsung ataupun tidak langsung mempengaruhi stabilitas harga pangan, baik di tingkat petani maupun tingkat konsumen. Perbedaan utama dari PUAP

dibandingkan LDPM sebenarnya adalah cakupan komoditas yang dapat diperjualbelikan. LDPM lebih memfokuskan pada pemasaran komoditas pangan pokok seperti gabah/beras dan jagung. Sementara itu komoditas yang dipasarkan melalui PUAP meliputi beraneka ragam komoditas hasil pertanian dan berbagai komoditas sarana produksi pertanian (Kementan 2011).

Pemerintah melalui Kementan melaksanakan program Pasar Tani yang pada intinya adalah memotong mata rantai distribusi produk hortikultura. Pasar Tani yang rutin digelar tiap bulan adalah merupakan upaya pemerintah mempertemukan langsung antara petani dengan pembeli. Dengan demikian, selain harga tidak mahal, keuntungan yang diperoleh petani juga jauh lebih baik. Dalam program ini Kementan lebih berfungsi pada fasilitasi lembaga pemasaran dan pembinaan. Dalam program ini tidak disalurkan dana bantuan pemerintah sebagaimana dilaksanakan pada program LDPM dan PUAP. Kendala yang dihadapi oleh Pasar Tani sebagai upaya stabilisasi harga pangan terutama bahwa Pasar Tani tidak bersifat rutin sebagai pasar harian serta akses petani kepada Pasar Tani dibatasi oleh jarak dari tempat usaha tani dengan Pasar Tani dan tidak semua petani mempunyai kemampuan untuk berdagang.

Pemerintah sejak tahun 2016 melalui Keputusan Menteri Pertanian Republik Indonesia Nomor 06/KPTS/KN.010/K/02/2016 tentang Pedoman Umum Pengembangan Usaha Pangan Masyarakat Tahun 2016 telah meluncurkan Program TTI. Program TTI mencakup pembinaan lembaga pemasaran di tingkat produsen (LUPM/Gapoktan) yang dihubungkan dengan pembinaan lembaga pemasaran di tingkat pengecer (konsumen). Pengembangan lembaga pemasaran tingkat produsen (LUPM/Gapoktan) berperan dalam menjaga stabilitas pasokan dan harga pangan di tingkat produsen yang sekaligus memberikan jaminan harga kepada petani anggota agar mereka menerima harga penjualan hasil produksinya pada harga sama dengan atau lebih tinggi dari HPP atau Harga Acuan Pembelian (HA Pembelian) di tingkat petani

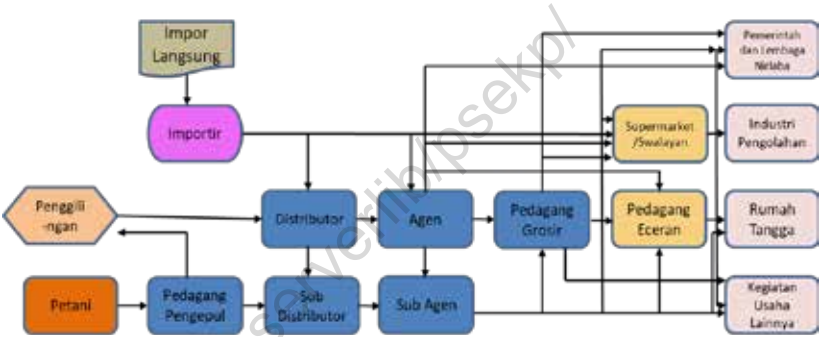
yang ditetapkan oleh pemerintah. Selanjutnya, LUPM/Gapoktan yang pada umumnya berlokasi di daerah sentra produksi pangan diberi penguatan agar mampu melakukan sortasi, pengolahan, penyimpanan, dan pengemasan, kemudian memasok bahan pangan yang sudah mereka olah, simpan, dan kemas itu kepada TTI dengan margin pemasaran yang wajar. TTI yang pada umumnya berlokasi di daerah konsumen atau daerah perkotaan, dibina dan diberi kemampuan agar dapat menjadi outlet dari komoditas pangan yang telah dihasilkan oleh LUPM/Gapoktan. Di TTI inilah pada umumnya dilakukan penyimpanan dan pengelolaan pemasaran agar pada gilirannya dapat menjual komoditas pangan kepada konsumen pada harga yang relatif lebih rendah dan stabil dibandingkan dengan harga pangan di pasar pengecer setempat.

Menurut Roekel, Willems, and Boselie (2002) paling tidak ada enam indikator untuk menilai keberhasilan suatu pengelolaan rantai pasok, khususnya rantai pasok bagi komoditas hasil pertanian, yaitu: (1) meningkatnya margin dan pengetahuan pasar bagi produsen, (2) penurunan hilangnya produk selama penyimpanan dan transportasi, (3) kualitas produk meningkat, (4) meningkatnya produk pangan yang terjamin aman, (5) penjualan meningkat signifikan, dan (6) peningkatan nilai tambah produk yang dapat menghasilkan penerimaan.

Secara konsepsional, program TTI secara langsung ataupun tidak langsung dapat memenuhi keenam indikator keberhasilan pengelolaan rantai pasok yang disebutkan di atas.

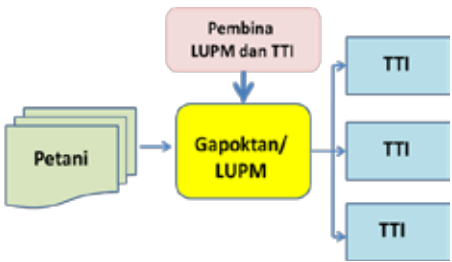
Pertama, program TTI bertujuan untuk memangkas rantai pasok komoditas pangan pokok. Seperti telah dibahas dalam bab sebelumnya, rantai pasok komoditas gabah/beras dari petani sampai dengan rumah tangga konsumen harus melewati rantai pasok sebanyak delapan pelaku pengolahan dan perdagangan gabah/beras, yaitu: (1) pedagang pengepul, (2) penggilingan, (3) distributor, (4) subdistributor, (5) agen, (6) subagen, (7) pedagang grosir, dan (8) pedagang eceran/supermarket/minimarket (Gambar

14). Sedangkan menurut desain TTI, rantai pasok komoditas gabah/beras dari petani ke tingkat rumah tangga konsumen hanya melalui dua pelaku pengolahan dan perdagangan, yaitu: (1) Gapoktan/LUPM yang berfungsi sebagai pembeli gabah petani, penggilingan, dan pemasok beras ke TTI; dan (2) TTI sebagai pedagang eceran bagi beras hasil produksi petani (Gambar 15). Dengan pemotongan enam mata rantai pasok perdagangan beras tersebut diharapkan: (1) margin pemasaran secara total menurun, (2) margin yang diterima setiap pelaku pasar meningkat, (3) harga beras di tingkat konsumen menurun (daya beli konsumen meningkat), dan (4) volume penjualan beras oleh gapoktan/LUPM dan TTI meningkat (Gambar 16).



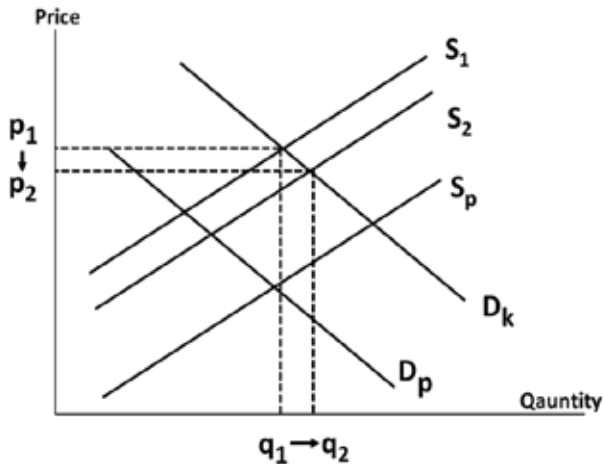
Sumber: BPS (2016) disederhanakan oleh Tim Penulis

Gambar 14. Rantai pasok perdagangan beras di Indonesia



Sumber: Kementan (2016) disederhanakan oleh Tim Penulis

Gambar 15. Model Pengembangan Usaha Pangan Masyarakat



Gambar 16. Dampak peningkatan efisiensi pemasaran terhadap pasokan di tingkat konsumen.

Dalam rancangan kegiatan TTI juga dilakukan kegiatan sortasi, penyimpanan, pengolahan, dan pengemasan oleh Gapoktan/LUPM, serta kegiatan penyimpanan oleh TTI. Kegiatan ini tentu akan meningkatkan nilai tambah dalam proses rantai pasok komoditas pangan atau sering juga disebut sebagai rantai nilai tambah bagi produk pertanian. Nilai tambah tersebut diperoleh karena adanya peningkatan: (1) nilai guna karena adanya proses sortasi, penyimpanan, pengolahan, dan transportasi; (2) berkurangnya kehilangan hasil karena proses penyimpanan, pengolahan, pengemasan, dan pengangkutan; dan (3) meningkatnya nilai ekonomi produk hasil pertanian karena penambahan margin keuntungan bagi masing-masing pelaku pemasaran dan meningkatnya daya beli konsumen.

Kedua, program TTI bertujuan untuk meningkatkan pendapatan petani. Sebagaimana telah diuraikan terdahulu bahwa dengan memotong rantai pasok pemasaran komoditas pangan pokok, dampak pertamanya adalah bahwa harga pangan pokok di tingkat konsumen menurun. Harga pangan di tingkat

konsumen yang menurun ini cenderung meningkatkan jumlah pembelian komoditas pangan pokok oleh konsumen yang berarti juga meningkatkan volume penjualan oleh TTI. Peningkatan jumlah penjualan oleh TTI ini diteruskan kepada Gapoktan/LUPM Mitra yang pada gilirannya berarti juga meningkatkan volume pembelian komoditas pangan pokok hasil produksi petani mitra. Dalam hal ini, pendapatan petani mitra dapat meningkat paling tidak dari tiga sumber, yaitu: (1) meningkatnya pendapatan karena meningkatnya penjualan komoditas pangan pokok hasil produksi petani mitra kepada Gapoktan/LUPM; (2) meningkatnya bagi hasil yang diterima oleh petani mitra dari peningkatan pendapatan yang diterima oleh Gapoktan/LUPM, dan (3) meningkatnya insentif harga komoditas pangan pokok yang diterima petani mitra karena adanya proses standarisasi dalam penentuan harga yang dilakukan oleh Gapoktan/LUPM.

Ketiga, program TTI bertujuan untuk menjaga stabilitas harga tingkat petani dan tingkat konsumen. Di satu sisi, stabilitas harga pada tingkat petani dapat dilakukan karena adanya konsep pembelian gabah/beras petani mitra Gapoktan/LUPM minimal sama dengan HPP untuk gabah/beras dan Harga Acuan Pembelian Pemerintah (HAP-beli). Kondisi ini merupakan jaminan harga output bagi petani mitra yang berarti juga memberikan jaminan keuntungan/pendapatan yang wajar bagi usaha taninya. Di sisi lain, program TTI juga memberikan jaminan harga pada tingkat konsumen karena TTI menjual komoditas pangan pokok maksimal sesuai dengan HPP untuk beras dan Harga Acuan Penjualan Pemerintah (HAP-jual) bagi komoditas pangan pokok lainnya. Kondisi ini dapat menjamin agar konsumen pelanggan TTI mendapatkan harga yang wajar dan stabil bagi kebutuhan bahan pangan pokok yang berarti juga akses ekonomi konsumen pelanggan terhadap bahan pangan pokok dapat terjamin.

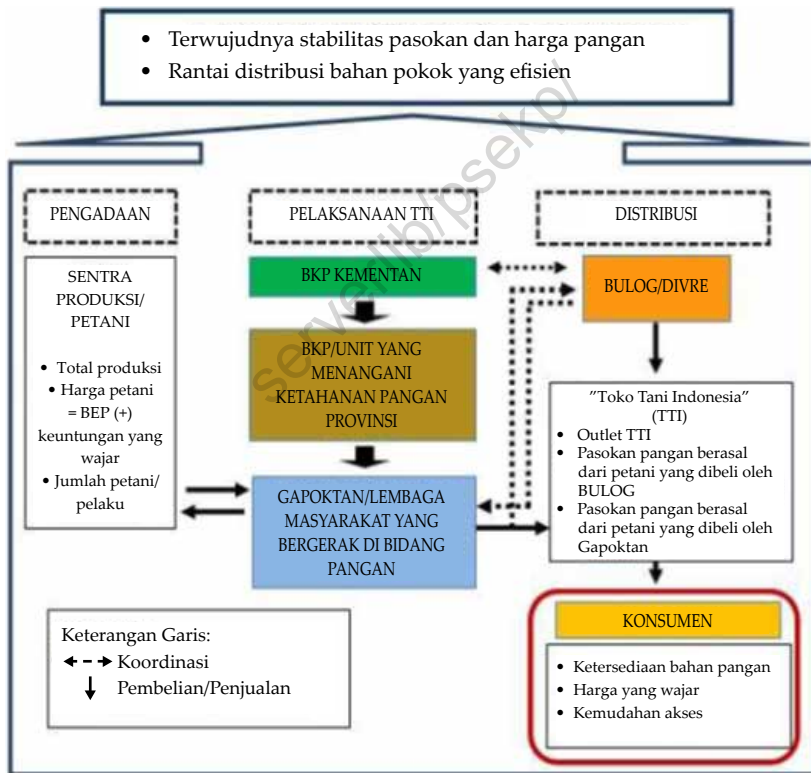
Gagasan awal pengembangan usaha pangan masyarakat melalui TTI merupakan sebuah ide konkret dalam upaya mengatasi fluktuasi harga komoditas, stabilisasi harga, dan peningkatan

margin pemasaran komoditas yang dihasilkan petani, tanpa harus membebani konsumen dengan harga tinggi.

Pemikiran untuk mengatasi kondisi terjadinya fluktuasi harga, instabilisasi harga, dan disparitas harga di tingkat produsen dan konsumen yang terus berulang, dirumuskan menjadi satu pemikiran untuk melakukan suatu terobosan, menciptakan rangkaian kelembagaan pangan masyarakat yang berfungsi memperpendek jalur pemasaran, stabilisasi pasokan untuk pasar konsumen, dan mempertahankan harga jual komoditas di tingkat petani dengan harga dasar yang sudah ditetapkan pemerintah, serta standarisasi terjadinya harga wajar di tingkat konsumen pengguna bahan pangan pokok dan strategis. Rancangan kelembagaan yang diharapkan dapat mengakomodasikan rangkaian kepentingan dan tujuan yang ingin dicapai salah satunya dengan penguatan lembaga Gapoktan menjadi PUPM, kemudian diintegrasikan dalam LUPM dan TTI sebagai lembaga distribusi yang bisa secara langsung memenuhi kebutuhan pangan di tingkat konsumen.

Rancangan kegiatan PUPM yang kemudian dikelola melalui pengembangan LUPM dan terkoneksi dengan TTI diharapkan menjadi salah satu bentuk upaya pemerintah melalui Kementan dalam kaitan tahapan dan proses membangun konsep stabilisasi harga pangan pokok dan strategis. Pada tatanan konsep, publik merasa belum begitu yakin dengan kemampuan TTI dibanding fungsi dan tujuannya yang begitu besar. Namun, semuanya itu akan menjadi tantangan bagi penyelenggara maupun para pelaku yang terkait dengan pelaksanaan dan implementasi TTI itu sendiri. Dengan konsep pengembangan seperti itu, sejumlah TTI dikembangkan secara nasional di seluruh provinsi hingga pendirian di tingkat kabupaten. TTI diharapkan menjadi salah satu peluang untuk memberikan efek psikologi pasar, di mana TTI dirancang supaya memberikan harga penjualan relatif lebih rendah dan kompetitif dibandingkan dengan harga yang terbentuk di beberapa pasar komoditas sejenis yang terdekat dengan lokasi TTI.

Dengan demikian, TTI pada dasarnya merupakan bagian dari model PUPM. TTI dibentuk dalam rangka menjaga stabilitas pasokan dan harga pangan pokok strategis, rantai distribusi pemasaran yang terintegrasi agar lebih efisien, harga konsumen dapat ditransmisikan dengan baik kepada harga petani (produsen), informasi pasar antarwilayah berjalan dengan baik, mencegah terjadinya *Patron-Client* (pemasukan pangan ke pasar suatu wilayah hanya boleh dipasok oleh pelaku usaha tertentu), dan mencegah penyalahgunaan *market power* oleh pelaku usaha tertentu.



Sumber: Keputusan Menteri Pertanian Republik Indonesia No.06/KPTS/RC.110/J/01/2017

Gambar 17. Kerangka pikir pengembangan TTI

Kerangka pemikiran tentang proses dan kegiatan PUPM yang kemudian dikembangkan lebih lanjut melalui peran TTI, disampaikan pada Gambar 17.

Konsep dasar TTI yang terlahir dari situasi, kondisi, dan tujuan untuk melakukan keberpihakan terhadap nilai jual produk petani, stabilisasi pasokan, dan memberikan harga yang wajar bagi konsumen produk petani tersebut, menjadi salah satu kekuatan untuk mewujudkan satu sistem rantai pasok yang lebih efisien, sekaligus menjadi pembentuk struktur pasar baru sebagai alternatif tujuan pemasaran. Selain memfasilitasi pengembangan kegiatan TTI dan PUPM/LUPM yang menjadi mitra pemasok komoditas ke TTI, juga dilakukan pengembangan unit-unit TTI Center yang akan menjadi bagian terdepan dalam pengelolaan TTI secara nasional maupun di masing-masing provinsi dalam pengembangan sistem distribusi pangan ke depan.



Gambar 18. Menteri Pertanian Andi Amran Sulaiman meresmikan TTI Center yang berlokasi di Gedung Sentra Promosi dan Pemasaran Produk Perta Nusantara (SP4N), Pasar Minggu, Jakarta Selatan, 2016

serverlib/psekp/

Bab 4.

PERKEMBANGAN TOKO TANI INDONESIA

Perkembangan Kelembagaan Pelaksana TTI

Konsep dasar pengembangan TTI dituangkan dalam Keputusan Menteri Pertanian Republik Indonesia (Kepmentan) Nomor 06/KPTS/KN.010/K/02/2016 tentang Pedoman Umum Pengembangan Usaha Pangan Masyarakat Tahun 2016 dan Kepmentan Nomor 06/KPTS/RC.110/J/01/2017 tentang Pedoman Teknis Pengembangan Usaha Pangan Masyarakat Melalui Toko Tani Indonesia Tahun 2017. Berdasarkan peraturan dalam dua Kepmentan tersebut dijabarkan pedoman pelaksanaan melalui Petunjuk Teknis PUPM Tahun 2018.

Perkembangan jumlah, lokasi, dan layanan komoditas TTI selama dua tahun pelaksanaan kegiatan (2016-2017) menunjukkan bahwa secara nasional TTI mulai tahun 2016 telah dikembangkan hampir di 32 provinsi dan kemudian dilakukan pemantapan program di tujuh provinsi secara khusus dalam bentuk *pilot project* kegiatan sehingga jumlah TTI hingga tahun 2017 mencapai 1.985 unit.

Sebagaimana dipersyaratkan dalam Pedoman Umum TTI, perkembangan jumlah TTI juga diikuti dengan perkembangan unit pendukung sumber pasokan komoditas melalui pengembangan Gapoktan yang kemudian menjadi LUPM sebagai mitra TTI dalam pemenuhan pasokan komoditas pangan. Produksi pangan yang dipasarkan di TTI dihasilkan oleh para petani dan kelompok tani melalui LUPM dipasok ke TTI, baik di daerah (kabupaten dan provinsi) maupun di pusat (melalui TTI Center) dan beberapa TTI yang ada di pasar tujuan konsumen untuk wilayah ibu kota provinsi dan kabupaten penyangga ibukota, yaitu Bogor, Tangerang, dan Bekasi.

Tahun 2017 jumlah Gapoktan/LUPM peserta TTI secara nasional mencapai 901 unit, terdiri atas 494 unit Gapoktan/LUPM yang ditetapkan pada tahun 2016 dan 407 pada tahun 2017. Selain perkembangan jumlah Gapoktan/LUPM sesuai ketentuan yang dipersyaratkan dalam Pedum TTI, bahwa dalam pelaksanaannya TTI juga melibatkan para pendamping untuk setiap Gapoktan/LUPM serta TTI dan TTI Center secara nasional. Pada tahun 2017, jumlah tenaga pendamping mencapai 984 orang, terdiri atas 495 orang hasil penetapan tahun 2016 dan 489 orang direkrut pada tahun 2017. Data yang disampaikan pada Tabel 4 menunjukkan perkembangan jumlah TTI, Gapoktan/LUPM, serta jumlah tenaga pendamping yang sudah ditetapkan pada tahun 2016 dan 2017.

Tabel 4. Perkembangan jumlah TTI, Gapoktan/LUPM, dan tenaga pendamping tahun 2016 dan 2017

No.	Kelembagaan	Unit		
		2016	2017	Total
1.	Total Toko Tani Indonesia	1.652	333	1.985
2.	Total Gapoktan/LUPM	494	407	901
3.	Total Pendamping	495	489	984

Sumber: Pusat Distribusi dan Cadangan Pangan, Badan Ketahanan Pangan (BKP), Kementan (2017)

Sebaran kelembagaan TT sangat beragam di tiap provinsi. Dua provinsi yang mendapat alokasi kegiatan terbanyak adalah Jawa Barat dan Jawa Tengah. Pada tahun 2017, penambahan TTI baru diprioritaskan pada tujuh provinsi sebagai *pilot project* kegiatan pengembangan, yaitu Banten, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Lampung, Sumatera Selatan, dan NTB.

Pada Tabel 5 disajikan data tentang jumlah TTI yang tersebar di wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (Jabodetabek). Jumlah TTI yang dikembangkan di wilayah ini hingga tahun 2017 mencapai 762 unit. Perkembangan TTI di DKI Jakarta sebagian besar terkonsentrasi di wilayah Jakarta Timur, yaitu 137 unit (17,98 %) dan Jakarta Selatan 121 unit (15,88 %). Sementara pengembangan jumlah TTI di wilayah Kabupaten dan Kota Bogor mencapai 127 unit (16,67 %) serta di wilayah Kabupaten dan Kota Tangerang mencapai jumlah 139 unit (18,24 %).

Tabel 5. Jumlah Toko Tani Indonesia berdasarkan lokasi di wilayah Jabodetabek hingga tahun 2017

Provinsi	Kabupaten/Kota	Jumlah TTI	Persentase (%)
DKI Jakarta	Jakarta Timur	137	17,98
	Jakarta Selatan	121	15,88
	Jakarta Utara	55	7,22
	Jakarta Barat	49	6,43
	Jakarta Pusat	33	4,33
Jawa Barat	Bogor	127	16,67
	Depok	60	7,87
	Bekasi	41	5,38
Banten	Tangerang	139	18,24
Total		762	100,00

Sumber: Pusat Distribusi dan Cadangan Pangan, BKP Kementan (2017)

Berdasarkan data penyebaran TTI tahun 2017 diketahui jumlah kabupaten dan kota pelaksana TTI di tujuh provinsi utama sebanyak 83 kabupaten/kota dengan 406 LUPM/Gapoktan. Jumlah LUPM atau Gapoktan yang menjadi pemasok pangan bagi TTI di tujuh provinsi tersebut sebagian besar ditetapkan di Provinsi Jawa Barat mencapai 123 unit, kemudian di Banten 98 unit, di Jawa Tengah 70 unit, Jawa Timur 50 unit, dan Lampung, Sumatera Selatan, serta NTB masing-masing 35 unit, 20 unit, dan 10 unit (Tabel 6). Sementara itu, sebaran TTI di seluruh provinsi di Indonesia disajikan dalam Gambar 19.

Tabel 6. Perkembangan jumlah provinsi, kabupaten, dan LUPM/Gapoktan sebagai pemasok pangan ke TTI di Jabodetabek melalui TTI Center Jakarta tahun 2017

No.	Provinsi	Jumlah Kabupaten	Jumlah LUPM/Gapoktan	Pasokan Komoditas
1.	Jawa Barat	20	123	Beras, bawang merah, cabai merah
2.	Jawa Tengah	29	70	Beras, bawang merah, cabai merah
3.	Jawa Timur	15	50	Beras, bawang merah, cabai merah
4.	Banten	4	98	Beras
5.	Lampung	6	35	Beras
6.	Sumatera Selatan	6	20	Beras
7.	Nusa Tenggara Barat	3	10	Bawang merah
	Jumlah	83	406	

Sumber: Pusat Distribusi dan Cadangan Pangan, BKP, Kementan (2017)



Sumber: Pusat Distribusi dan Cadangan Pangan, BKP, Kementan (2016)

Gambar 19. Sebaran Gapoktan/LUPM dan TTI di seluruh Indonesia

Perkembangan jumlah LUPM/Gapoktan mitra TTI di tujuh provinsi utama pengembangan TTI berdasarkan kabupaten disajikan dalam Tabel 7 dan Tabel 8. LUPM/Gapoktan di tujuh provinsi tersebut sebagai penyedia pasokan beberapa jenis komoditas yang selama ini menjadi prioritas pangan yang dikelola oleh TTI maupun TTI Center. Komoditas yang dikelola oleh TTI/TTI Center melalui pola kemitraan dengan jaringan rantai pasok komoditas melalui LUPM/Gapoktan di masing-masing wilayah meliputi beras, cabai merah, dan bawang merah.

Tabel 7. Jumlah LUPM mitra TTI sebagai pemasok beras di Provinsi Banten, Lampung, dan Sumatera Selatan tahun 2017

No.	Provinsi	Kabupaten	Jumlah Gapoktan/LUPM
1.	Banten	Tangerang	31
		Serang	30
		Pandeglang	19
		Lebak	18
		Jumlah	98

No.	Provinsi	Kabupaten	Jumlah Gapoktan/LUPM
2.	Lampung	Lampung Selatan	18
		Lampung Timur	6
		Pringsewu	6
		Lampung Tengah	2
		Tanggamus	2
		Pesawaran	1
		Jumlah	35
3.	Sumatera Selatan	OKU Timur	5
		OKI	4
		Musi Rawas	4
		Banyuasin	3
		Lubuk Linggau	2
		Lahat	2
		Jumlah	20

Sumber: Pusat Distribusi dan Cadangan Pangan, BKP, Kementan (2017)

Tabel 8. Jumlah Gapoktan/LUPM pemasok komoditas cabai merah dan bawang merah di Provinsi Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, dan NTB Tahun 2017

No.	Provinsi	Komoditas Cabai Merah		Komoditas Bawang Merah	
		Kabupaten	Jumlah LUPM	Kabupaten	Jumlah LUPM
1.	Jawa Barat	Garut	4	Majalengka	4
		Ciamis	2	Cirebon	3
		Bandung	2	Garut	2
		Bandung Barat	2	Bandung	2
		Majalengka	2	Sukabumi	1
		Cianjur	1	Sumedang	1
		Sukabumi	1		
		Sumedang	1		
		Jumlah	15	Jumlah	13

No.	Provinsi	Komoditas Cabai Merah		Komoditas Bawang Merah	
		Kabupaten	Jumlah LUPM	Kabupaten	Jumlah LUPM
2.	Jawa Tengah	Magelang	4	Brebes	3
		Wonosobo	3	Kendal	3
		Klaten	1	Pati	2
		Banjarnegara	1	Pemalang	2
		Temanggung	1	Demak	1
		Jumlah	10	Jumlah	11
3.	Jawa Timur	Blitar	2	Nganjuk	6
		Kediri	1	Bojonegoro	3
		Gresik	2	Kediri	2
		Tuban	1	Tuban	2
		Probolinggo	1	Probolinggo	2
		Malang	1		
		Jumlah	8	Jumlah	15
4.	Nusa Tenggara Barat			Bima	8
				Lombok Timur	1
				Sumbawa	1
				Jumlah	10

Sumber: Pusat Distribusi dan Cadangan Pangan, BKP, Kementan (2017)

Berdasarkan pembagian wilayah pasokan dan komoditas yang dikelola di masing-masing wilayah provinsi dan kabupaten di dalamnya, secara umum menunjukkan bahwa untuk wilayah Provinsi Banten telah ditetapkan menjadi wilayah pemasok, khususnya untuk komoditas beras. Kegiatan ini dilaksanakan secara bersama-sama dengan Provinsi Lampung dan Sumatera Selatan. Sementara itu, Provinsi Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Jawa Timur juga ditetapkan menjadi pemasok komoditas beras, selain dua komoditas utama lainnya yaitu cabai merah dan bawang merah.

Dalam perkembangan TTI saat ini dan ke depan, peran dan keberadaan Gapoktan/LUPM yang menjadi mitra TTI menjadi sangat penting, terkait dengan keberlanjutan pasokan yang menjadi salah satu bagian yang harus dipenuhi dalam tugas TTI. Langkah yang diambil Kementan dalam pengembangan jumlah dan kualitas gapoktan/LUPM juga menjadi sangat penting. Melalui pengembangan Gapoktan/LUPM sebagai pemasok komoditas yang dikelola melalui TTI, kehadiran TTI di pasar pangan dapat dijamin dan berkelanjutan. Pada akhirnya peran TTI sebagai penyedia komoditas berkualitas dengan harga terjangkau serta kompetitif dengan pasar komoditas sejenis menjadi lebih terjaga.

Pengembangan Gapoktan/LUPM secara intensif dilakukan pada beberapa provinsi yang sudah ditunjuk menjadi pemasok jenis komoditas strategis, beras, bawang merah, dan cabai merah. Beberapa Gapoktan di kabupaten sentra produksi tiga komoditas tersebut dalam wilayah provinsi yang ditunjuk juga telah ditetapkan menjadi LUPM sekaligus mitra TTI yang secara berkala wajib memasarkan produksinya melalui TTI Center di Jakarta. Kemudian dari TTI Center pasokan produksi tiga komoditas tersebut akan didistribusikan kepada TTI yang ada di wilayah Jabodetabek.

Pada tahun 2017, kegiatan pengembangan LUPM/Gapoktan mitra TTI sebanyak 406 LUPM yang tersebar di tujuh provinsi, yaitu Jawa Barat, Banten, Jawa Tengah, Jawa Timur, Sumatera Selatan, Lampung, dan NTB yang akan memasok 1.000 TTI di wilayah DKI Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi. Komoditas yang dipasok ke TTI adalah beras, daging sapi, daging kerbau, gula pasir, bawang merah, dan cabai merah.

Tahun 2018, kegiatan dikembangkan dengan beberapa penyempurnaan konsep dan teknis pelaksanaan sesuai dengan perkembangan dan permasalahan yang dihadapi selama melaksanakan kegiatan PUPM tahun 2016 dan 2017, baik di tingkat pusat maupun daerah. Rancangan kegiatan PUPM pada tahun

anggaran 2018 difokuskan pada penambahan dan peningkatan kualitas layanan dari LUPM dan TTI yang sudah ada. Sasaran pengembangan LUPM pada tahun 2018 berjumlah 1.156 unit yang terdiri atas: (1) 500 LUPM tahap penumbuhan, (2) 406 LUPM tahap pengembangan, dan (3) 250 LUPM tahap pembinaan. Sasaran TTI berjumlah 1.000 unit yang dikembangkan di kabupaten/kota yang mengalami ketidakstabilan harga dan pasokan pangan pokok/strategis pada 22 provinsi.

Secara umum, model PUPM yang mendapat pemberdayaan dalam pengembangan kegiatannya pada tahun 2018 dan menjadi pendukung proses pengembangan pelaksanaan TTI/TTIC terdiri atas:

(1) Pelaksana Kegiatan PUPM Tahap Penumbuhan (tahun 2018)

Model PUPM Tahap Penumbuhan dilaksanakan oleh 500 unit LUPM di 16 provinsi, yaitu: Banten, Jawa Barat, Jawa Tengah, DI Yogyakarta, Jawa Timur, Aceh, Sumatera Utara, Sumatera Barat, Sumatera Selatan, Lampung, Kalimantan Barat, Kalimantan Selatan, Bali, NTB, Gorontalo, dan Sulawesi Selatan. LUPM tahap penumbuhan ini sesuai dengan karakteristik sentra pangan yang dimiliki, berkewajiban memasok bahan pangan pokok dan strategis ke TTI di wilayah provinsi dan sebagian juga akan memasok ke Jabodetabek.

(2) Pelaksana Kegiatan PUPM Tahap Pengembangan (ditumbuhkan tahun 2017)

LUPM Tahap Pengembangan adalah LUPM yang ditumbuhkan pada tahun 2017 yang dinyatakan memenuhi kriteria untuk menerima dana bantuan pemerintah tahap pengembangan pada tahun 2018. LUPM Tahap Pengembangan berada di Provinsi Sumatera Selatan, Lampung, Banten, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, dan NTB diwajibkan memasok bahan pangan pokok dan strategis ke TTI. LUPM Tahap Pengembangan ini berdasarkan potensi produksi dan kualitas gabah dirancang untuk mampu memasok TTI di wilayah

Jabodetabek dan wilayah provinsi di domisilinya, bahkan beberapa LUPM hanya akan memasok TTI di wilayah provinsinya.

(3) Pelaksana Kegiatan PUPM Tahap Pembinaan (ditumbuhkan tahun 2016)

LUPM Tahap Pembinaan yang memenuhi kriteria akan diberikan bantuan pemerintah sebagai biaya operasional untuk melanjutkan pasokan ke TTI sesuai dengan ketentuan dalam kegiatan PUPM.

(4) Pelaksana PUPM Binaan Provinsi

LUPM Binaan Provinsi adalah LUPM yang ditumbuhkan pada tahun 2016 atau 2017 yang tidak lagi menerima tambahan dana operasional dari APBN pada tahun 2018. LUPM binaan provinsi tetap mengelola dana modal yang telah diterima sebelumnya untuk membeli produksi pangan dari petani dan melanjutkan pasokan ke TTI untuk mendukung stabilisasi harga dan pasokan di setiap wilayah. Ketentuan dan mekanisme pelaksanaan kegiatan selanjutnya diatur oleh dinas/Instansi yang menangani urusan ketahanan pangan tingkat provinsi.



Gambar 20. Beberapa TTI yang tersebar dalam rangka menyediakan kebutuhan konsumen dengan harga yang terjangkau

Tantangan Pengembangan TTI

Pelaksanaan kegiatan TTI pada tahun 2018 memasuki tahun ketiga. Berdasarkan data perkembangan sebelumnya bahwa pada pelaksanaan tahun 2016 sasaran kegiatan PUMP adalah terbentuknya 500 Gapokan/LUPM yang dapat melayani 1.000 unit TTI di 33 provinsi dengan konsentrasi di Provinsi Sumatera Utara, Sumatera Selatan, Lampung, Banten, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, dan Sulawesi Selatan. Pada tahun 2017, terdapat sebanyak 2.000 TTI yang dikembangkan di 34 provinsi yang dilayani oleh 900 Gapoktan/LUPM. Pada tahun 2018 dan 2019 diharapkan akan tumbuh masing-masing sebanyak 1.000 TTI yang dilayani oleh masing-masing 500 Gapokan/LUPM dan terkonsentrasi di 20 provinsi. Dengan demikian diharapkan sampai tahun 2019 akan terbentuk sebanyak 4.000 TTI yang akan dilayani oleh 2.400 Gapoktan/LUPM yang tersebar di 34 provinsi.

Besarnya rencana jumlah dan jangkauan TTI maupun LUPM/Gapoktan dalam pelaksanaannya dihadapkan pada berbagai tantangan. Tantangan yang muncul dalam pelaksanaan awal tidak hanya aspek teknis dan mekanisme pelaksanaan, tetapi juga bagaimana menumbuhkan kepercayaan masyarakat dan para pelaku terkait bahwa konsep TTI yang bersinergi dengan dukungan LUPM dapat dilaksanakan sesuai tujuan yang sudah ditetapkan. Keterbatasan kapasitas dan daya tampung TTI dalam proses pemasaran produk yang menjadi pasokan dari LUPM juga menjadi tantangan bagaimana mekanisme sistem pasokan dapat diatur dengan baik sejak dari Gapoktan/LUPM hingga mampu memenuhi kapasitas yang masih terbatas di masing-masing TTI. Sebaliknya, dengan jumlah Gapoktan/LUPM berbanding setara dengan perkembangan jumlah TTI, maka tantangan untuk mendorong stabilisasi pasokan yang dilakukan oleh Gapoktan/LUPM menjadi lebih besar. Gapoktan/LUPM menjadi bagian penting menumbuhkan kegiatan TTI dalam pengelolaan ketersediaan pasokan komoditas pangan strategis dari produk petani langsung ke konsumen.

Dalam proses pelaksanaan, LUPM yang terkoneksi dengan TTI Center dan TTI yang ada di Jabodetabek khususnya, maka pembenahan rantai pasok masing-masing produk dan komoditas menjadi aspek penting untuk senantiasa mendapat perhatian, terutama guna menjaga pasokan kebutuhan konsumen serta penguatan peran masing-masing pelaku rantai pasok. Alternatif pola rantai pasok yang dikembangkan dalam model kegiatan PUPM tahun 2018 adalah:

1. Petani – LUPM – TTI – Konsumen. Dalam alur rantai pasok model ini, petani menjual produk pangan kepada LUPM untuk kemudian dipasok kepada TTI dan selanjutnya TTI menjual kepada konsumen.
2. Petani – LUPM – TTI Center – TTI – Konsumen. Dalam alur rantai pasok model ini, petani menjual produk pangan kepada LUPM untuk kemudian dipasok kepada TTI Center yang berperan memasok ke TTI dan selanjutnya dijual langsung ke konsumen.
3. Petani – LUPM – TTI Center – Konsumen. Dalam rantai pasok ini, produk TTI Center selaku lembaga yang dibentuk untuk membantu pasokan dan penyaluran pangan ke masyarakat dapat melakukan pemasaran langsung produk pangan ke masyarakat.
4. Petani – LUPM – Institusi/lembaga distribusi dan logistik – TTI – Konsumen. Rantai pasok produk pangan dari LUPM yang melalui institusi/lembaga distribusi dan logistik untuk pasokan ke Jabodetabek. Dalam alur rantai pasok ini, petani menjual produk pangan kepada LUPM, selanjutnya LUPM menggunakan jasa institusi/lembaga distribusi dan logistik yang bermitra dengan LUPM untuk membantu penyaluran pangan ke TTI wilayah Jabodetabek untuk selanjutnya dijual langsung ke konsumen.

5. Industri/produsen/distributor bahan pangan – TTIC – Konsumen.
Dalam alur rantai pasok ini, industri, produsen, dan distributor bahan pangan memasok produk pangan strategis antara lain daging, gula pasir, dan minyak goreng melalui institusi/ lembaga distribusi dan logistik, kemudian dijual langsung ke konsumen.
6. Industri/produsen/distributor bahan pangan – TTI – Konsumen.
Dalam alur rantai pasok model ini, industri, produsen, dan distributor bahan pangan memasok produk pangan strategis antara lain daging, gula pasir, dan minyak goreng kepada TTI di wilayah Jabodetabek untuk selanjutnya dijual langsung ke konsumen.



Gambar 21. TTI Center Provinsi Jawa Barat yang berlokasi di Ruko Padasuka, Bandung, 2018

Secara umum dalam pelaksanaan program TTI dengan dukungan mitra selama dua tahun ini, penekanan atas konsep TTI ataupun TTI Center sebagai upaya untuk memperpendek pola pemasaran dan rantai pasok komoditas pangan yang dihasilkan dari petani hingga pendistribusiannya ke konsumen telah terlihat perubahannya dari pola rantai pasok sebelumnya. Dari alur rantai pasok dan tahapan pemasaran yang panjang hingga mencapai delapan titik, dengan penyelenggaraan TTI menjadi cukup singkat, yaitu hanya tiga simpul pelaku. Pola pemasaran komoditas melalui peran LUPM dan TTI telah efektif dalam mendorong proses pembentukan harga jual produk di tingkat petani produsen yang lebih baik maupun penetapan harga jual produk di tingkat konsumen yang lebih terjangkau.

Tantangan utama dalam pengembangan TTI maupun TTI Center saat ini dan ke depan adalah bagaimana mewujudkan peran TTI dan TTI Center sebagai salah satu instrumen yang dapat mendorong pada stabilisasi harga komoditas pangan strategis, baik di tingkat petani maupun di pasar konsumen. Penetapan jumlah TTI yang tersebar di berbagai lokasi, termasuk di beberapa wilayah strategis di Jakarta, secara bertahap diharapkan selain menjadi sumber pasar baru bagi produk pangan yang dihasilkan oleh para petani, juga mampu membangun psikologi pasar komoditas pangan yang dijual di TTI/TTI Center bagi paling sedikit masyarakat di sekitarnya, sehingga dapat dibangun kepercayaan masyarakat bahwa pasokan pangan tersebut cukup dan dengan harga yang lebih rendah dari harga pasar lain, serta peran pelaku dalam rantai pasok kelembagaan TTI mendapat untung yang wajar.

Tersebarnya jumlah TTI di berbagai lokasi juga menjadi tantangan bagi para pelaksana terkait, baik di tingkat pusat, provinsi, maupun kabupaten sesuai dengan peran dan fungsi masing-masing. Peningkatan kinerja para pelaksana yang terkoordinasi dan bersinergi dengan para pelaku di tingkat LUPM dan TTI menjadi bagian penting yang harus tetap dibangun dan

dilaksanakan agar semua proses dan mekanisme yang terkait dengan pengembangan TTI tetap berkelanjutan.

Secara insitusi, tantangan yang dihadapi dalam pengembangan TTI ke depan akan sangat terkait dengan bagaimana mensinergikan peran, keberadaan, dan tujuan TTI dengan berbagai institusi vertikal maupun horizontal yang juga berkontribusi dalam pelaksanaan tugas untuk stabilisasi harga komoditas pangan strategis secara nasional. Hal ini juga menjadi pendorong bagi Kementan untuk memperkuat peran TTI dan sekaligus LUPM menjadi salah satu bagian dari instrumen pengendalian harga di tingkat produsen maupun di tingkat konsumen. Melalui upaya ini tujuan dan stabilisasi harga komoditas yang ditangani oleh TTI secara bertahap bisa terlaksana.



Gambar 22. Wakil Gubernur DIY KGPA A Paku Alam X mewakili Gubernur DIY merilis perdana pemasaran beras dari Gapoktan ke TTI, 2016

serverlib/psekp/

Bab 5.

PERAN TOKO TANI INDONESIA DALAM MEMBENAHİ RANTAI PASOK DAN STABILISASI HARGA PANGAN

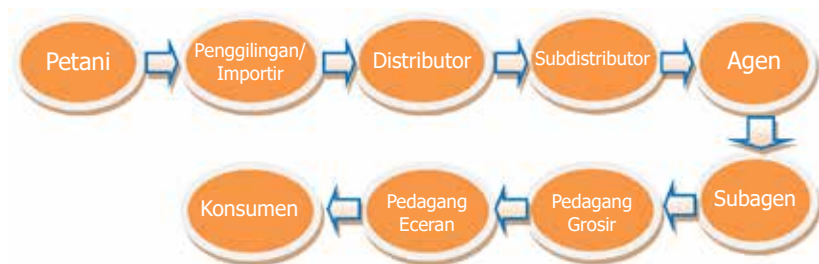
TTI Membenahi Rantai Pasok

Permasalahan klasik yang dihadapi pertanian di Indonesia di antaranya adalah waktu panen yang tidak merata serta kondisi rantai pasok yang panjang dan belum efisien sehingga menyebabkan harga bahan pokok menjadi tinggi dan berfluktuasi. Hal ini menyebabkan harga yang diterima petani di satu sisi rendah dan di sisi lain harga pangan yang harus dibayar konsumen menjadi mahal. Selain itu, masih banyak petani yang belum memiliki akses pasar yang memadai sehingga sering kali petani bergantung kepada tengkulak.

Menjawab permasalahan tersebut, Kementan membuat terobosan melalui penyelenggaraan PUPM dalam konteks pengembangan TTI yang bertujuan untuk membenahi rantai

pasok agar menjadi lebih efisien, mendorong disparitas harga yang rendah, dan terjadinya keseimbangan struktur pasar.

Dampak dari keberadaan TTI di lokasi pengembangan mampu memangkas rantai pasok komoditas pangan yang ditangani jauh menjadi lebih pendek dibandingkan dengan rantai pasok pola konvensional atau tanpa melalui TTI. Sebagai contoh, rantai pasok untuk beras sampai ke konsumen di wilayah DKI Jakarta, jika dengan pola konvensional atau tidak melalui TTI dapat melibatkan sampai dengan tujuh pelaku, yaitu meliputi petani produsen, pengepul, pedagang besar, distributor, subdistributor, agen, pedagang pengecer, baru kemudian sampai ke konsumen akhir. Agar pangan tersebut sampai pada konsumen tanpa mengurangi keuntungan yang diperoleh oleh masing-masing pelaku, maka konsumen harus menanggung terjadinya peningkatan harga yang berasal dari margin keuntungan yang diperoleh para pelaku rantai pasok. Pembebanan ini juga ditanggung oleh petani sebagai produsen, sehingga petani harus rela menjual hasil produksinya dengan harga yang lebih murah. Kondisi ini akan menjadi sangat berbeda dengan kehadiran TTI yang mampu memangkas dan menyederhanakannya hanya menjadi tiga pelaku, yaitu petani produsen, LUPM, dan TTI (Gambar 23 dan 24).



Gambar 23. Rantai pasok beras dari produsen sampai konsumen di DKI Jakarta model konvensional



Gambar 24. Rantai pasok beras melalui TTI

Dengan dipangkasnya rantai pasok ini tentunya menyebabkan harga di tingkat konsumen menjadi lebih murah dan sebaliknya petani bisa menerima harga yang lebih menarik dibandingkan tanpa melalui TTI. Sebagai pengalaman keberadaan TTI pada tahun 2016 sampai dengan Agustus 2017, konsumen bisa membeli beras pada TTI dengan harga beras berkisar antara Rp7.500 sampai Rp7.900/kg. Sementara pada saat yang sama, konsumen yang membeli beras dengan kualitas yang sama di luar TTI harus membayar dengan harga Rp10.000/kg. Dengan demikian, melalui TTI konsumen bisa membeli beras dengan harga sekitar 21 persen sampai 25 persen lebih murah, sehingga kehadiran TTI dapat menyebabkan daya beli masyarakat terhadap beras meningkat 26,6 persen sampai 33,3 persen, atau untuk mendapatkan jumlah beras yang sama hanya membutuhkan uang 75 persen sampai 79 persen dari yang dibutuhkan kalau membeli di luar TTI.

Terjadinya peningkatan harga GKP di petani dan diberlakukannya Permendag Nomor 57 Tahun 2017 tentang Penetapan HET Beras menyebabkan harga jual beras TTI ditinjau kembali dan disesuaikan menjadi maksimal Rp8.800. Namun, pada saat yang sama harga beras di luar TTI telah mencapai Rp11.000/kg. Kondisi ini masih tetap menunjukkan bahwa kehadiran TTI telah menyebabkan harga beras yang dibayar konsumen 20 persen lebih rendah dibandingkan pasar lainnya. Dapat dikatakan bahwa daya beli masyarakat terhadap beras meningkat sebesar 25 persen.

Dampak lainnya dari pemangkasan rantai pasok, selain menyebabkan harga pangan menjadi lebih murah, dapat pula memberikan insentif berusaha bagi LUPM/Gapoktan sebagai

pemasok pangan ke TTI yang mampu membeli hasil produksi petani dengan harga lebih tinggi dibandingkan pedagang lainnya. Dengan modal bantuan pemerintah sebesar Rp160 juta yang dirinci peruntukannya Rp100 juta untuk bantuan modal pembelian gabah dan Rp60 juta untuk biaya operasional seperti biaya angkut, penjemuran, penggilingan, pengemasan, dan pengiriman, pada tingkat keuntungan yang layak LUPM/Gapoktan bisa memberikan harga lebih tinggi kepada petani. Hal ini bisa terjadi karena beberapa simpul pemasaran dipangkas dan peranannya digantikan oleh LUPM/Gapoktan.

Keberhasilan LUPM/Gapoktan dalam menawarkan harga pangan yang lebih baik kepada petani dan memberikan harga yang lebih murah ke TTI menghasilkan dampak positif, yaitu TTI dapat menjual pangan ke konsumen lebih murah. Contoh kondisi demikian dapat diamati di Kalimantan Barat pada pelaksanaan kegiatan PUPM tahun 2016. Sebelum menerima bantuan pemerintah dengan rantai pasok pola konvensional, PUPM hanya mampu menjual beras dengan harga sebesar Rp10.178/kg dan beli gabah ke petani dengan harga Rp3.029/kg GKP. Setelah menerima bantuan pemerintah dengan hadirnya TTI, PUPM mampu menjual beras dengan harga lebih murah, Rp9.087/kg dan sebaliknya membeli gabah petani dengan harga lebih mahal, Rp3.606/kg GKP. Pada saat yang sama, harga beras di pasar di Kalimantan Barat rata-rata sebesar Rp12.290. Dengan demikian, dari kasus Kalimantan Barat ini dapat dilihat bahwa dengan kehadiran TTI yang bermitra dengan LUPM/Gapoktan mampu menjual beras ke konsumen dengan harga 37,35 persen lebih murah dibandingkan harga beras di luar TTI. Pada kondisi harga beras yang lebih murah tersebut menyebabkan daya beli masyarakat Kalimantan Barat dalam pemenuhan kebutuhan pangan beras meningkat sebesar 59,61 persen. Pada saat yang sama, petani juga dapat menikmati harga gabah yang lebih tinggi sekitar 19,05 persen dibandingkan menjual ke pedagang lainnya.

Contoh lainnya di Provinsi Lampung, salah satu LUPM/Gapoktan di provinsi ini mampu membeli gabah petani dengan harga berkisar Rp4.100 sampai Rp4.200/kg GKP dan menjual beras ke TTI dengan harga Rp7.700/kg. Sebelum menerima bantuan pemerintah, PUPM hanya dapat menjual beras dengan harga Rp8.798/kg dan membeli gabah petani dengan harga Rp3.675/kg GKP. Pada tingkat harga beras di pasar umum di Lampung rata-rata sebesar Rp9.500, maka dapat disimpulkan bahwa kehadiran TTI yang bermitra dengan LUPM/Gapoktan dapat menjual beras kepada konsumen dengan harga 18,95 persen lebih murah dibandingkan dengan beras yang dijual di luar TTI. Kehadiran TTI dapat menyebabkan terjadinya peningkatan daya beli masyarakat Lampung untuk memenuhi kebutuhan pangan beras sebesar 23,38 persen. Selain itu, pada saat yang sama kesejahteraan petani juga menjadi lebih baik karena petani bisa menjual hasil panen gabahnya sekitar 11,56 persen sampai 14,29 persen lebih tinggi dibandingkan dijual ke tengkulak.

Di Provinsi Jawa Barat, pemberian bantuan pemerintah kepada PUPM dapat memberikan perbedaan sangat nyata terjadi pada Gapoktan Sejahtera di Desa Neglasari, Kecamatan Kadungora, Kabupaten Garut, yang saat ini membeli gabah petani dengan harga Rp4.600 sampai Rp4.800/kg GKP dan menjual beras ke TTI Rp7.700/kg. Sementara sebelum ada bantuan permodalan, pola rantai pasok Gapoktan/LUPM mengikuti pola konvensional, LUPM/Gapoktan hanya mampu membeli gabah petani dengan harga Rp3.500/kg GKP dan menjual beras mengikuti harga pasar sebesar Rp11.000/kg. Dengan demikian, kehadiran TTI bekerja sama dengan LUPM menyebabkan harga gabah yang dinikmati petani meningkat sebesar 31,42 persen sampai 37,15 persen, dan di sisi lain konsumen bisa membeli beras dengan harga 30,0 persen lebih murah dari harga yang berlaku di pasar.

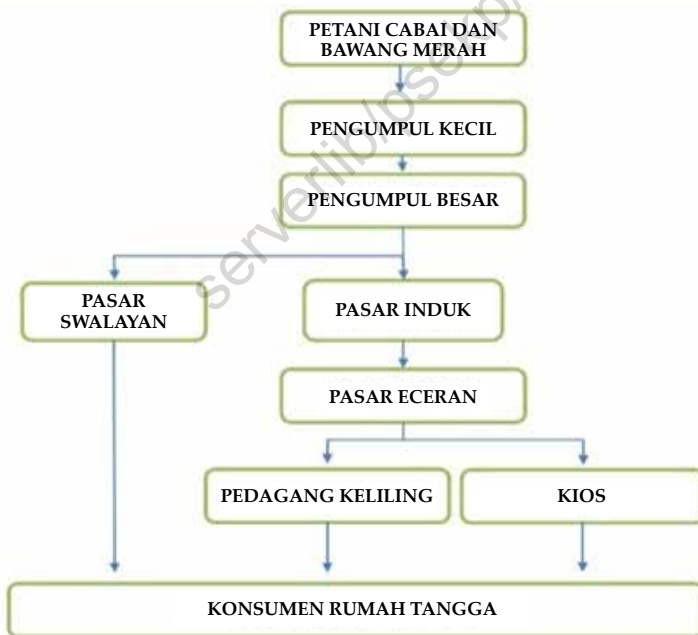
Demikian pula dirasakan oleh LUPM/Gapoktan Suka Maju, Desa Sindanggalih, Kecamatan Karang Tengah, Kabupaten

Garut yang saat ini (2018) membeli gabah petani dengan harga berkisar Rp4.700 hingga Rp4.800/kg GKP dan menjual beras ke TTI dengan harga Rp7.700/kg. Sedangkan pada pola rantai pasok konvensional, pedagang hanya mau membeli gabah petani sekitar Rp3.600/kg GKP. Dengan demikian, petani yang menjual gabahnya ke LUPM/Gapoktan dapat menikmati harga gabah 30,56 persen sampai 33,33 persen lebih tinggi dibandingkan jika menjualnya ke tengkulak. Dengan keuntungan yang layak, LUPM/Gapoktan dapat menjual beras ke TTI dengan harga lebih murah 26,67 persen, yaitu Rp7.700/kg, sementara dengan pola rantai pasok konvensional harganya Rp10.500/kg. Beberapa Gapoktan/LUPM di Provinsi Jawa Barat merasakan hal yang sama dan sangat terbantu dengan adanya bantuan pemerintah PUPM karena sangat efektif memotong rantai pasok pemasaran dan dapat memberikan keuntungan yang lebih tinggi kepada petani dan di sisi lain mampu menjual dengan harga yang lebih rendah kepada TTI.

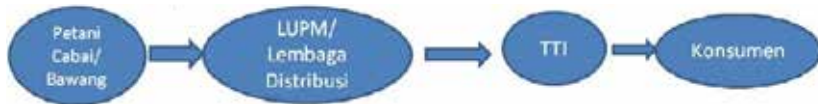
Efektivitas kegiatan PUPM pada Gapoktan beras ini juga dapat dilihat pada beberapa hal lainnya, seperti adanya peningkatan serapan gabah setidaknya 100 ton GKP jika Gapoktan dapat memasok TTI sebanyak 50 ton beras. Juga bertambahnya rata-rata pemakaian tenaga kerja sebesar 10-15 hari orang kerja (HOK) untuk setiap tambahan satu ton GKP yang diolah, sehingga untuk 100 ton GKP yang diolah pemakaian tenaga kerja rata-rata dapat meningkat sebesar 1.000 sampai 1.500 HOK. Selain itu, pasokan gabah Gapoktan/LUPM yang sebelumnya hanya berasal dari petani anggota setelah mendapatkan bantuan PUPM, agar Gapoktan/LUPM dapat berusaha sepanjang tahun dengan memperluas basis pembelian dari petani luar anggota Gapoktan. Kondisi ini tentunya meningkatkan volume pengadaan gabah dan membuat Gapoktan/LUPM dapat mengembangkan usahanya. Bagi petani, kegiatan ini memberikan manfaat yang sangat besar karena sebelumnya petani lebih banyak menjual ke tengkulak. Setelah mendapat bantuan

PUPM, petani lebih memilih menjual gabahnya ke Gapoktannya sendiri untuk kemudian disalurkan berupa beras ke TTI maupun kegiatan bazar. Hal ini menunjukkan program PUPM juga berhasil membuka akses pasar bagi para petani.

Sesuai dengan cakupan komoditas yang ditanganinya, TTI juga mampu memotong rantai pasok untuk komoditas bawang merah dan cabai merah. Pada pola konvensional, paling tidak ada tujuh simpul yang harus dilalui dalam rantai pasok bawang merah dari produsen ke konsumen, seperti yang tampak pada Gambar 25. Sedangkan pada pola rantai pasok melalui kegiatan PUPM TTI hanya menjadi tiga pelaku, yaitu petani produsen, LUPM, dan TTI seperti yang tersaji pada Gambar 26.



Gambar 25. Rantai pasok bawang merah dan cabai model konvensional dari produsen sampai konsumen di DKI Jakarta



Gambar 26. Rantai pasok cabai dan bawang merah melalui skema TTI

Menurut Ketua Gapoktan Warga Panggupay di Lembang, Jawa Barat, yang berusaha di bidang sayuran, gambaran rantai pasok cabai merah dan bawang merah terjadi cukup panjang dalam pola distribusi dari produsen ke konsumen. Rantai pasok cabai merah keriting dan bawang merah diawali dari tangan para pedagang pengumpul kecil yang biasa juga disebut pengijon. Dari tangan pedagang kecil, kedua komoditas pangan ini harus melalui berbagai pihak, seperti pedagang pengumpul besar, pasar induk, pasar atau pedagang eceran tingkat kecamatan, pedagang keliling atau kios, baru kemudian bisa sampai ke konsumen.

Hal tersebut diperkuat dari pengamatan yang dilakukan Ditjen Hortikultura Kementan. Lonjakan harga cabai dan bawang merah di pasar ternyata akibat ulah para pedagang perantara yang mengambil keuntungan hampir 150 persen dari harga di tingkat petani atau produsen, sementara keuntungan yang wajar maksimal 15 persen di tingkat pedagang grosir dan 10 persen sampai 15 persen di pasar induk. Lonjakan harganya tidak wajar, mekanisme pasar tidak menggambarkan *supply and demand* yang sebenarnya, karena pedagang perantara atau *middleman* mengambil untung berlebihan.

Analisa Ditjen Hortikultura juga menunjukkan pasokan untuk cabai dan bawang merah cukup melimpah, sementara harga cabai dan bawang merah di tingkat petani ketika harga berkisar sekitar Rp8.000 sampai Rp10.000. Dengan BEP adalah Rp12.000 sampai Rp15.000 maka estimasi harga pasar Rp20.000, akan tetapi faktanya harga tersebut melambung sampai ke harga Rp60.000 di eceran pasar tradisional di DKI Jakarta.

Pengalaman yang ditemukan di TTI yang dipasok bawang merah oleh Poktan Ngudi Makmur, Kabupaten Kendal, Jawa Tengah, kehadiran TTI menyebabkan konsumen bisa membeli bawang merah dengan harga Rp22.000. Sementara itu, konsumen yang membeli bawang merah dengan kualitas yang sama di luar TTI harus membayar dengan harga Rp25.000. Konsumen yang membeli bawang merah di TTI memperoleh harga sekitar 12 persen lebih murah dibandingkan dengan konsumen yang membeli di luar TTI. Hal ini dapat menunjukkan daya beli masyarakat untuk bawang merah meningkat sebesar 13,64 persen.

Sama hal terjadi di TTI yang dipasok cabai merah keriting oleh Poktan Tani Lestari, Kabupaten Magelang, Jawa Tengah, masyarakat bisa mendapatkan cabai merah keriting dengan harga lebih murah 9 persen. Misalnya pada saat harga pasar cabai merah keriting sebesar Rp33.000/kg, harga di TTI sebesar Rp30.000/kg. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa daya beli masyarakat untuk cabai meningkat sebesar 10 persen.

Sementara itu, pada kasus Gapoktan Poktan Agro Papandayan di Desa Cisurupan, Garut, Jawa Barat mampu membeli cabai merah keriting petani dengan harga berkisar Rp9.415 sampai Rp20.722 dan menjual cabai merah keriting ke TTI dengan harga Rp9.915 sampai Rp21.064. Dengan keuntungan yang layak, LUPM/Gapoktan dapat menjual cabai merah keriting ke TTI dengan harga rata-rata Rp14.175, sementara dengan pola rantai pasok konvensional harganya Rp18.500. Dengan demikian, TTI mampu menyuplai cabai keriting ke masyarakat dengan harga 23,3 persen lebih murah dibandingkan harga pasar yang sedang berlaku.

Gapoktan Barokah Tani Desa Pamalayan, Garut, Jawa Barat mampu membeli bawang merah dari petani dengan harga berkisar Rp12.000 sampai Rp15.000 dan menjual bawang merah ke TTI dengan harga Rp13.500 sampai Rp19.000. Dengan keuntungan

yang layak, LUPM/Gapoktan dapat menjual bawang merah ke TTI dengan harga rata-rata Rp17.000, sementara dengan pola rantai pasok konvensional harganya Rp20.000. Dengan demikian, harga bawang yang dijual oleh TTI ke konsumen sekitar 15,0 persen lebih murah dibandingkan harga yang berlaku di pasar sekitarnya.



Gambar 27. Menteri Andi Amran Sulaiman memberi pengarahan pada Apel Siaga TTI di Kecamatan Rengasdengklok, Kabupaten Karawang, 2017

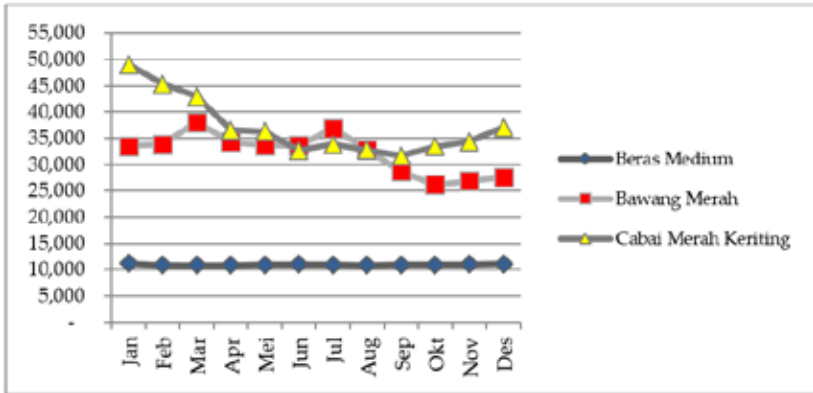
Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa secara mikro penyelenggaraan inovasi TTI dan keterlibatan LUPM/Gapoktan sebagai mitra TTI berhasil meningkatkan harga jual dan volume penjualan hasil produksi dari petani. Sementara itu, di ujung rantai pasok bagian hilir, yaitu konsumen akhir dapat memperoleh pangan dengan harga yang lebih murah dibandingkan dengan harga pasar. Keberhasilan pemangkasan rantai pasok menjadi penyebab kinerja positif ini.

Menjaga Stabilisasi Harga

Setelah memangkas rantai pasok, tujuan yang ingin dicapai berikutnya adalah menstabilkan harga pangan yang selama ini dipahami cenderung berfluktuasi karena persoalan stabilisasi harga. Sebagai solusi jangka pendek, Kementan melakukan operasi pasar untuk menstabilkan harga secara cepat. Solusi jangka panjang sudah menjadi keharusan untuk menghindarkan masalah yang terus berulang, yaitu dengan mengubah struktur pasar menjadi lebih efisien melalui pemangkasan rantai pasok. TTI hadir dan berperan dalam upaya mengubah struktur pasar dan diharapkan mampu memotong rantai pasok sebagai solusi jangka panjang dalam stabilisasi harga pangan pokok dan strategis.

Pada tahun 2017 selama bulan puasa dan lebaran, harga bahan pangan relatif stabil. Hal ini memang bukan hanya semata-mata dampak dari TTI, melainkan merupakan dampak simultan dari hasil kinerja Satgas Pangan Polri bersama KPPU, Kementan, Kemendag, Kemendagri, dan Bulog dalam upaya menstabilkan harga pangan. Namun, kehadiran TTI juga memberikan andil dalam pengamanan harga dan stok, terutama untuk komoditas beras, bawang merah, dan cabai merah yang cenderung mengalami peningkatan harga selama bulan puasa dan menjelang lebaran.

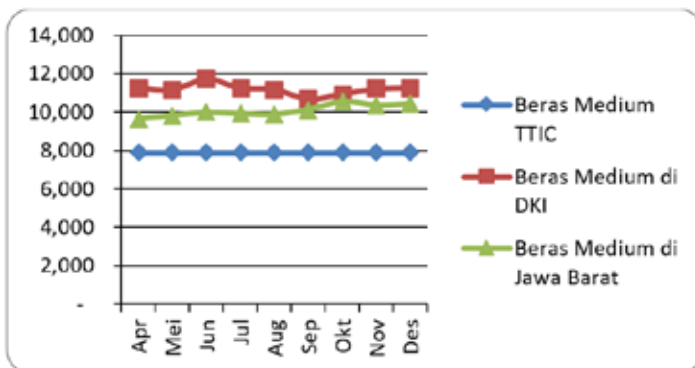
Selama tahun 2017, termasuk selama bulan puasa dan lebaran, harga beras medium secara nasional relatif stabil, yaitu rata-rata sebesar Rp10.948/kg. Sama halnya dengan harga bawang merah sebesar Rp32.179/kg. Begitu juga dengan harga cabai merah keriting sebesar Rp37.164/kg. Stabilitasnya harga tersebut ditunjukkan oleh rendahnya nilai koefisien variasi (CV) harga. Untuk beras sebesar 1,08 persen, bawang merah sebesar 12,12 persen, dan cabai merah sebesar 15,03 persen. Perkembangan harga tiga komoditas tersebut dapat dilihat pada Gambar 28.



Sumber: Panel harga BKP, diolah

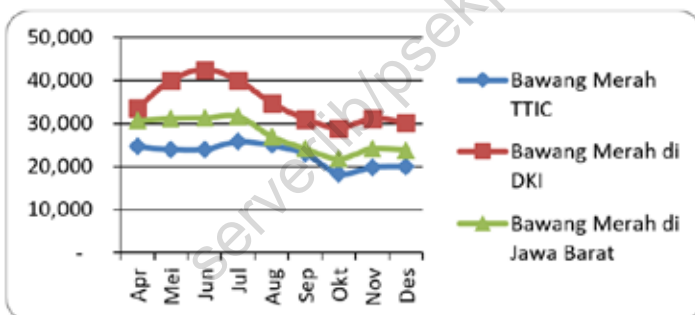
Gambar 28. Grafik perkembangan harga beras medium, bawang merah, dan cabai merah keriting tahun 2017

Selama tahun 2017, harga yang ditawarkan TTI lebih rendah dari harga pasar. Rata-rata harga beras sebesar Rp7.904/kg, bawang merah Rp22.656/kg, dan cabai merah Rp21.929/kg. Dengan kata lain, rata-rata di TTI harga beras lebih murah 27,81 persen, harga bawang merah lebih murah 29,59 persen, dan harga cabai merah keriting lebih murah 40,99 persen. Hal ini membantu menjaga daya beli masyarakat, sekaligus menjaga harga tetap stabil. Sebagai ilustrasi, perbandingan harga beras, bawang merah, dan cabai merah di TTI Center dengan di Jakarta (sentra konsumen) dan di Jawa Barat (sentra produsen) dapat dilihat pada Gambar 29 sampai Gambar 31.



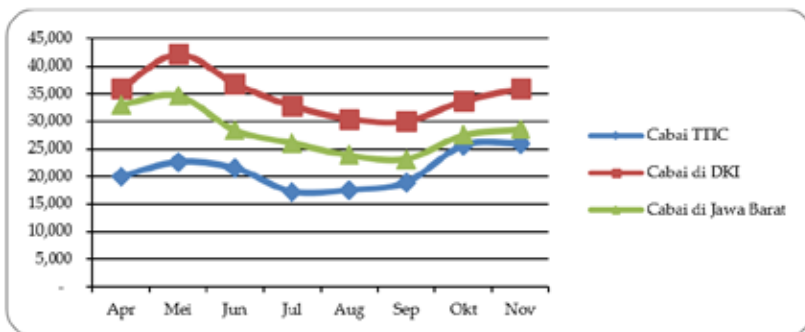
Sumber: Panel harga BKP, diolah

Gambar 29. Perbandingan harga beras di TTI Center dengan di pasar Jakarta dan Jawa Barat tahun 2017



Sumber: Panel harga BKP, diolah

Gambar 30. Perbandingan harga bawang merah di TTI Center dengan di pasar Jakarta dan Jawa Barat tahun 2017



Sumber: Panel harga BKP, diolah

Gambar 31. Perbandingan harga cabai merah keriting di TTI Center dengan di pasar Jakarta dan Jawa Barat tahun 2017

Berdasarkan gambar-gambar tersebut, diketahui harga beras di TTI Center lebih murah 29 persen jika dibandingkan dengan harga beras di Jakarta dan lebih murah 22 persen jika dibandingkan dengan harga beras di Jawa Barat. Sedangkan harga bawang merah di TTI Center lebih murah 34 persen jika dibandingkan dengan harga bawang di Jakarta dan lebih murah 17 persen jika dibandingkan dengan harga bawang merah di Jawa Barat. Selain itu, harga cabai lebih murah 38 persen jika dibandingkan dengan harga cabai di Jakarta dan lebih murah 23 persen jika dibandingkan dengan harga cabai di Jawa Barat.

Apabila dilihat perkembangan harga beras di tingkat konsumen, sebelum kehadiran TTI (tahun 2016) tampaknya memiliki nilai koefisien variasi (CV) yang relatif lebih besar dibandingkan dengan pascakehadiran TTI tahun 2016 dan 2017. Nilai CV tahun 2014 dan 2015 sebesar 1,74 persen dan 3,00 persen, sedangkan nilai CV pada tahun 2016 dan 2017 masing-masing sebesar 1,13 persen dan 0,88 persen. Dengan demikian, kehadiran TTI yang ikut ambil bagian dalam pemasaran beras dari LUPM/Gapoktan tampaknya

telah memberikan dampak positif terhadap stabilitas harga beras di tingkat konsumen (Tabel 9).

Selanjutnya, dampak kehadiran TTI juga dirasakan dalam hal stabilisasi harga gabah di tingkat produsen. Kinerja harga gabah di tingkat produsen sebelum kehadiran TTI (< tahun 2016) tampaknya memiliki nilai CV yang relatif lebih besar dibandingkan dengan pascakehadiran TTI tahun 2016 dan 2017. Nilai CV tahun 2014 dan 2015 sebesar 4,21 persen dan 4,34 persen, sedangkan nilai CV pada tahun 2016 dan 2017 masing-masing sebesar 2,62 persen dan 1,83 persen (Tabel 10).

Tabel 9. Perkembangan harga beras medium bulanan di tingkat konsumen, 2014-2017

Bulan	Harga Beras Medium (Rp)			
	2014	2015	2016	2017
Januari	8.792	9.634	10.804	10.698
Februari	8.932	9.929	10.895	10.703
Maret	8.904	10.373	10.889	10.629
April	8.849	9.963	10.704	10.557
Mei	8.761	9.925	10.599	10.589
Juni	8.795	9.928	10.578	10.599
Juli	8.850	10.009	10.543	10.575
Agustus	8.923	10.122	10.570	10.616
September	8.924	10.281	10.601	10.636
Oktober	8.930	10.414	10.661	10.710
November	9.067	10.520	10.680	10.793
Desember	9.340	10.673	10.698	10.871
CV	1,74	3,00	1,13	0,88

Sumber: BPS diolah Kemendag (2018)

Tabel 10. Perkembangan harga gabah bulanan di tingkat petani (GKP), 2014-2017

Bulan	Harga GKP (Rp)			
	2014	2015	2016	2017
Januari	4.776	5.447	5.689	5.542
Februari	4.792	5.357	5.753	5.525
Maret	4.791	5.264	5.501	5.452
April	4.529	4.843	5.474	5.220
Mei	4.572	4.886	5.510	5.531
Juni	4.664	5.235	5.430	5.564
Juli	4.598	5.238	5.380	5.457
Agustus	4.631	5.248	5.405	5.471
September	4.643	5.330	5.285	5.502
Oktober	4.783	5.356	5.312	5.532
November	4.936	5.524	5.325	5.593
Desember	5.264	5.632	5.438	5.606
CV	4,21	4,34	2,62	1,83

Sumber: BPS (2018)

Selain itu, dampak kehadiran TTI juga dirasakan dalam hal stabilisasi harga cabai merah di tingkat produsen. Kinerja harga cabai merah di tingkat produsen sebelum kehadiran TTI (< tahun 2016) tampaknya memiliki nilai CV harga bulanan cabai merah relatif lebih besar dibandingkan dengan pascakehadiran TTI tahun 2017. Nilai CV tahun 2015 cukup tinggi, yaitu sebesar 34,29 persen, sedangkan nilai CV pada tahun 2017 sebesar 27,95 persen (Tabel 11).

Tabel 11. Perkembangan harga cabai merah bulanan di tingkat petani, 2014-2017

Bulan	Harga Cabai Merah Besar (Rp)		
	2015	2016	2017
Januari	18.792	19.671	39.763
Februari	9.821	22.712	30.581
Maret	10.344	25.823	24.588
April	11.375	14.102	19.100
Mei	12.031	12.771	20.725
Juni	16.523	11.397	18.666
Juli	13.972	13.654	17.025
Agustus	23.111	17.795	18.351
September	13.650	23.222	19.501
Oktober	7.504	29.663	20.650
November	9.342	33.102	24.406
Desember	19.440	26.896	26.186
CV	34,29	34,16	27,95

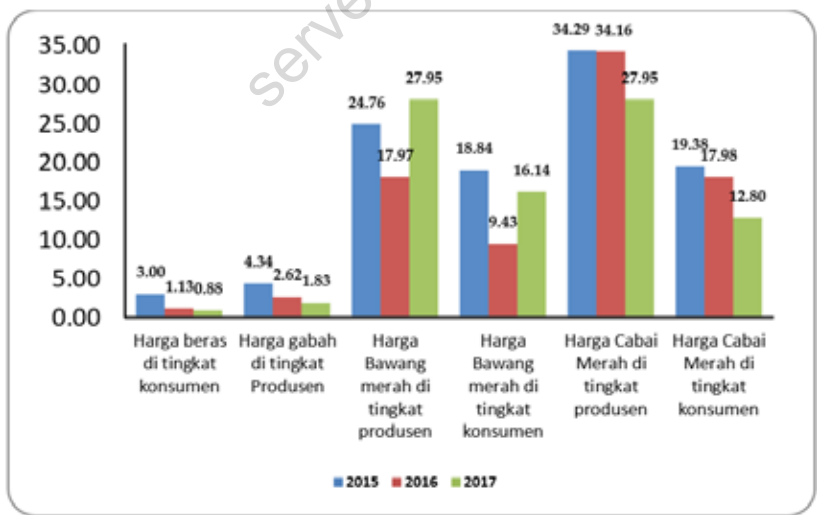
Sumber: BPS (2018)

Sementara itu, dampak kehadiran TTI terhadap stabilisasi harga bawang merah di tingkat produsen tampaknya belum begitu nyata. Harga bawang merah di tingkat produsen sebelum kehadiran TTI (< tahun 2016) memiliki nilai CV cukup besar, kemudian menurun seiring dengan awal kehadiran TTI (tahun 2016), namun meningkat lagi pascakehadiran TTI tahun 2017. Nilai CV tahun 2015 cukup tinggi, yaitu sebesar 24,76 persen, kemudian menjadi 17,97 persen dan kembali naik menjadi 27,95 persen pada tahun 2017 (Tabel 12). Besaran CV harga untuk komoditas padi/beras, cabai merah, dan bawang merah diringkaskan penyajiannya dalam Gambar 32.

Tabel 12. Perkembangan harga bawang merah bulanan di tingkat petani, 2014-2017

Bulan	Harga Bawang Merah (Rp)		
	2015	2016	2017
Januari	10.523	17.557	39.763
Februari	9.294	15.206	30.581
Maret	14.588	25.227	24.588
April	16.100	26.421	19.100
Mei	19.071	25.579	20.725
Juni	15.096	20.371	18.666
Juli	11.410	28.013	17.025
Agustus	10.086	24.087	18.351
September	10.664	24.583	19.501
Oktober	10.813	18.872	20.650
November	11.387	22.693	24.406
Desember	17.133	19.000	26.186
CV	24,76	17,97	27,95

Sumber: BPS (2018)

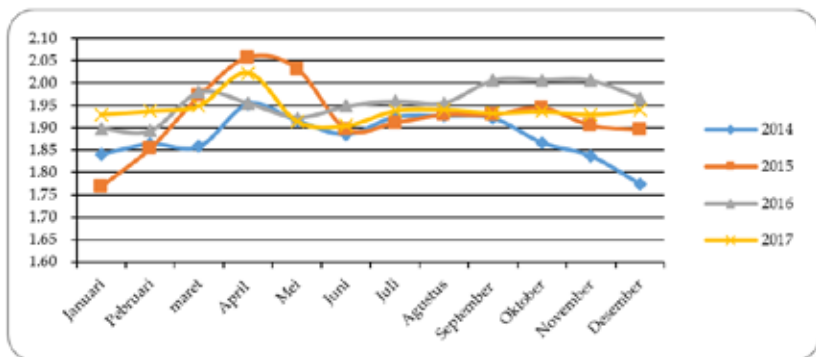


Gambar 32. Perkembangan nilai CV pada komoditas padi/beras, bawang merah, dan cabai merah, 2015-2017

Perkembangan rasio harga beras di tingkat konsumen dan harga gabah di tingkat produsen periode 2014-2017 disajikan pada Tabel 13, memperlihatkan rataannya berkisar antara 1,88 hingga 1,94. Dengan melihat rasio tersebut dapat diketahui bahwa sesungguhnya fluktuasi harga beras di tingkat konsumen tidaklah terlalu tinggi. Hal ini dapat dipahami bahwa harga gabah di tingkat petani yang tidak naik secara signifikan karena produksi gabah yang relatif stabil sepanjang musim. Sementara harga beras yang kerap meningkat di level konsumen akibat lonjakan permintaan dan spekulatif para pedagang, secara analisis akan berpengaruh terhadap dinamika rasio harga tersebut. Karena produksi atau persediaan beras yang selalu terkendali, menyebabkan rasio harga beras di tingkat konsumen dengan harga gabah di tingkat petani kecenderungannya juga relatif stabil. Informasi secara grafis mengenai rasio harga tersebut secara mudah dapat terlihat pada Gambar 33.

Tabel 13. Rasio harga beras terhadap harga gabah di Indonesia, 2014-2017

Bulan	2014	2015	2016	2017
Januari	1,84	1,77	1,90	1,93
Februari	1,86	1,85	1,89	1,94
Maret	1,86	1,97	1,98	1,95
April	1,95	2,06	1,96	2,02
Mei	1,92	2,03	1,92	1,91
Juni	1,89	1,90	1,95	1,90
Juli	1,92	1,91	1,96	1,94
Agustus	1,93	1,93	1,96	1,94
September	1,92	1,93	2,01	1,93
Oktober	1,87	1,94	2,01	1,94
November	1,84	1,90	2,01	1,93
Desember	1,77	1,90	1,97	1,94
Rataan	1,88	1,92	1,96	1,94
r (%/tahun)	(0,19)	0,13	0,41	(0,07)



Gambar 33. Rasio harga beras terhadap harga gabah di Indonesia, 2014-2017

Untuk komoditas cabai, khususnya pergerakan harga cabai merah keriting pada tahun 2017 di tingkat produsen, tampaknya lebih berfluktuasi dibandingkan dengan harga di tingkat konsumen (Tabel 14). Harga bulanan di tingkat produsen bergerak dari Rp18.351/kg hingga Rp39.763/kg, dengan rata-rata harga Rp23.295/kg dan CV sekitar 27,95 persen. Harga cabai cenderung turun ketika saat musim panen dan meningkat saat musim nonpanen. Oleh karena itu, saat ini pemerintah terus berupaya melakukan terobosan peningkatan produksi melalui strategi peningkatan pertanaman di luar musim panen (*off season*). Sementara pergerakan harga cabai merah di tingkat konsumen bergerak dari Rp27.330/kg hingga Rp44.383/kg dengan rata-rata harga Rp33.250/kg dan CV sekitar 17,14 persen.

Bila dilihat perkembangan rasio harga cabai merah keriting di tingkat konsumen dan harga di tingkat produsen secara bulanan tahun 2017, berkisar antara 1,17-1,75 dengan rata-rata 1,46. Dengan melihat rasio tersebut dapat diketahui bahwa sesungguhnya fluktuasi harga cabai merah keriting di tingkat konsumen tidaklah terlalu tinggi. Hal ini dapat dipahami mengingat ketersediaan cabai merah keriting terus diupayakan, baik melalui peningkatan produksi yang merata sepanjang musim maupun perbaikan sistem distribusinya.

Tabel 14. Perkembangan harga bulanan cabai merah keriting di tingkat produsen dan konsumen serta rasio harga, 2017

Bulan	Harga produsen (Rp)	Harga konsumen (Rp)	Rasio harga konsumen terhadap produsen
Januari	39.763	44.383	1,12
Februari	30.581	43.291	1,42
Maret	24.588	38.449	1,56
April	19.100	30.421	1,59
Mei	20.725	29.504	1,42
Juni	18.666	27.330	1,46
Juli	17.025	29.856	1,75
Agustus	18.351	29.297	1,60
September	19.501	29.894	1,53
Oktober	20.650	30.893	1,50
November	24.406	31.413	1,29
Desember	26.186	34.269	1,31
Rataan	23.295	33.250	1,46
CV	27,95	17,14	-

Sumber: Kemendag, 2018 dan BPS (2018)

Selanjutnya bila dilihat pergerakan harga cabai merah besar pada tahun 2017 di tingkat produsen tampaknya juga lebih berfluktuasi dibandingkan dengan harga di tingkat konsumen. Harga bulanan di tingkat produsen bergerak dari Rp17.025/kg hingga Rp39.763/kg dengan rata-rata harga Rp23.295/kg dan CV sekitar 26,76 persen. Harga cabai cenderung turun ketika saat musim panen dan meningkat saat musim nonpanen (Tabel 15). Oleh karena itu, saat ini pemerintah terus berupaya melakukan terobosan peningkatan produksi melalui strategi peningkatan pertanaman di luar musim panen (*off season*). Sementara pergerakan harga cabai merah di tingkat konsumen bergerak dari Rp26.967/kg hingga Rp39.149/kg dengan rata-rata harga Rp31.451/kg dan CV sekitar 12,25 persen.

Sementara bila dilihat perkembangan rasio harga cabai merah besar di tingkat konsumen dan harga di tingkat produsen secara bulanan tahun 2017 berkisar antara 0,98-1,73 dengan rata-rata 1,40. Dengan melihat rasio tersebut dapat diketahui bahwa sesungguhnya fluktuasi harga cabai merah besar di tingkat konsumen tidaklah terlalu tinggi. Hal ini dapat dipahami mengingat ketersediaan cabai merah besar terus diupayakan, baik melalui peningkatan produksi yang merata sepanjang musim maupun perbaikan sistem distribusinya.

Tabel 15. Perkembangan harga bulanan cabai merah besar di tingkat produsen dan konsumen serta rasio harga, 2017

Bulan	Harga produsen (Rp)	Harga konsumen (Rp)	Rasio harga konsumen terhadap harga produsen
Januari	39.763	38.975	0,98
Februari	30.581	39.149	1,28
Maret	24.588	33.594	1,37
April	19.100	29.867	1,56
Mei	20.725	31.292	1,51
Juni	18.666	28.014	1,50
Juli	17.025	29.515	1,73
Agustus	18.351	29.466	1,61
September	19.501	28.748	1,47
Oktober	20.650	26.960	1,31
November	24.406	28.965	1,19
Desember	26.186	32.872	1,26
Rataan	23.295	31.451	1,40
CV	26,76	12,25	14,24

Sumber: Kemendag, 2018 dan BPS (2018)

Untuk komoditas bawang merah, bila dilihat pergerakan harga bulannya pada tahun 2017 di tingkat produsen juga tampaknya lebih berfluktuasi dibandingkan dengan harga di

tingkat konsumen (Tabel 16). Harga bulanan di tingkat produsen bergerak dari Rp15.766/kg hingga Rp28.290/kg dengan rata-rata harga Rp20.804/kg dan CV sekitar 19,86 persen. Harga bawang merah cenderung turun ketika saat musim panen dan meningkat saat musim nonpanen. Seperti halnya pada komoditas cabai merah, pada komoditas bawang merah yang juga merupakan komoditas hortikultura pemerintah terus berupaya melakukan terobosan peningkatan produksi melalui strategi peningkatan pertanaman di luar musim panen (*off season*). Sementara pergerakan harga bawang merah di tingkat konsumen bergerak dari Rp23.501/kg hingga Rp37.856/kg dengan rata-rata harga Rp31.266/kg dan CV sekitar 16,14 persen.

Tabel 16. Perkembangan harga bulanan bawang merah di tingkat produsen dan konsumen serta rasio harga, 2017

Bulan	Harga produsen (kg)	Harga konsumen (kg)	Rasio harga konsumen terhadap produsen
Januari	28.290	35.872	1,27
Februari	26.261	36.346	1,38
Maret	24.753	37.856	1,53
April	21.473	34.203	1,59
Mei	21.417	30.990	1,45
Juni	21.526	31.971	1,49
Juli	21.793	36.690	1,68
Agustus	18.637	30.231	1,62
September	16.968	26.803	1,58
Oktober	15.766	23.501	1,49
November	16.582	25.050	1,51
Desember	16.176	25.680	1,59
Rataan	20.804	31.266	1,52
CV	19,86	16,14	-

Sumber: Kemendag, 2018 dan BPS (2018)

Selanjutnya bila dilihat perkembangan rasio harga bawang merah di tingkat konsumen dan harga di tingkat produsen secara bulanan tahun 2017 berkisar antara 1,27 sampai 1,68 dengan rata-rata 1,52. Dengan melihat rasio tersebut dapat diketahui bahwa sesungguhnya fluktuasi harga bawang merah di tingkat konsumen tidaklah terlalu tinggi. Hal ini mengingat ketersediaan bawang merah terus diupayakan, baik melalui peningkatan produksi pada sentra produksinya yang merata sepanjang musim (kebijakan pertanian di luar musim) maupun perbaikan sistem distribusinya.

Kerja sama TTI dengan mitra LUPM/Gapoktan ini dirasakan manfaatnya, yaitu TTI dapat menjual produk pangan yang lebih murah, namun tetap berkualitas dan omset penjualan TTI meningkat. Dari hasil kajian di lapangan, beberapa TTI dapat memperoleh peningkatan penjualan sekitar 40 persen sampai 50 persen. Selain itu, TTI mendapatkan kemudahan dan efisiensi dalam membeli produk pangan. Jika sebelum bergabung dengan TTI, pemilik toko harus menanggung biaya angkut, pengemasan, dan risiko barang rusak, setelah bergabung menjadi TTI, biaya-biaya tersebut menjadi tanggungan LUPM sehingga TTI memperoleh rasa aman dalam menjual barang dagangannya. Lebih jauh dapat dikatakan bahwa bukan hanya penjualan produk TTI yang meningkat. Dengan meningkatnya jumlah konsumen yang datang berbelanja ke TTI, pembelian bahan pangan lainnya pun turut meningkat, seperti gula, minyak goreng, telur, dan produk lain yang dijual di TTI, dikarenakan kebiasaan konsumen yang cenderung membeli sekaligus beberapa bahan makanan saat berbelanja.

Sebagai bentuk apresiasi kinerja, pada bulan Oktober 2017 Kementan mendapatkan penghargaan *“The Most Favorebale Initiative on Competition Issues”* dari KPPU. Kementan dianggap memiliki komitmen yang tinggi mengawal kemandirian ekonomi nasional dalam perspektif persaingan usaha yang sehat.

Pendapat dan Harapan Masyarakat Terhadap TTI

Kehadiran TTI yang bermitra dengan LUPM dalam membenahi rantai pasok dan stabilisasi harga, baik tingkat petani maupun konsumen telah dirasakan banyak manfaatnya oleh masyarakat dan apresiasi kepada kinerja TTI datang dari berbagai pihak. Selain itu, sebagian masyarakat yang mengenal kinerja TTI juga mengemukakan harapannya agar TTI mempunyai peran yang semakin besar dalam penyediaan pangan dengan harga yang stabil dan wajar sehingga dapat mewarnai pasar pangan di Indonesia ke depan. Sebagian dari testimoni dan harapan tersebut disajikan berikut ini.

Ai Jamaludin, Ketua Gapoktan Sadulur, Bandung Barat

"Setelah menerima Program PUMP, kami selaku Gapoktan lebih mempunyai kekuatan permodalan untuk membeli gabah dari anggota/petani. Selain itu juga kepastian penjualan sudah terjamin karena sudah ada tokonya, yaitu TTI, tidak harus melalui tengkulak."

Agus Widodo, Ketua Asosiasi LUPM Provinsi Jawa Barat

"Dengan adanya program PUPM diharapkan kestabilan harga dan pasokan bahan pangan strategis terjaga dan terkendali dikarenakan pemotongan rantai pasok yang langsung dari petani/Gapoktan ke konsumen sehingga peran tengkulak, distributor, atau agen tidak ada. Akan tetapi, perlu adanya komitmen bersama dari petani/Gapoktan dan TTI agar sinergitas usaha berjalan lancar sehingga tujuan program PUPM dapat tercapai targetnya."

Nita, Ibu Rumah Tangga (Kosumen), Jakarta

"Masyarakat bisa tersenyum beli pangan di TTI."

Sejumlah konsumen dengan wajah ceria dan senyum lebar tampak memadati areal Gedung TTI-C di depan SMA 28, Pasar Minggu,

Jakarta Selatan ketika peresmian TTI-C dilakukan, seperti yang diberitakan media *republika.co.id*, Jakarta: Pedagang Pasar Tak Terusik Toko Tani Indonesia (15/6/2016). Pasalnya, mereka dapat membeli kebutuhan pangan lebih murah dibandingkan di tempat lain. Nita yang merupakan warga Tanjung Mas Raya, Tanjung Barat, mengatakan “Senanglah ada pasar seperti TTI ini, kapan lagi ada jualan bahan pangan murah.” Pengunjung lainnya, Iin, warga Jati Padang dengan senyum lebar mengatakan “Saya senang sekali dengan adanya TTI, saya mau beli minyak goreng 2 liter, terigu 5 kg, dan gula 2 kg, saya fokus belanja untuk bahan membuat kue lebaran.”



Gambar 34. Menjelang Ramadan 2017, TTI Center di Pasar Minggu, Jakarta Selatan, menggelar Bazar Pangan Murah Berkualitas.

Soekarwo, Gubernur Jawa Timur

“TTI harus beli barang kebutuhan pangan langsung dari petani, bukan dari mitra agar rantai pasok pangan tidak panjang.”

Seperti yang dilansir oleh *jawapos.com*: Mentan Resmikan Program TTI Indonesia di Jawa Timur (27/6/2016). Pada peresmian TTI di Jawa Timur, Gubernur Soekarwo mengatakan bahwa dalam upaya memotong rantai pasok, TTI harus membeli bahan kebutuhan pangan langsung dari Gapoktan agar bisa menjualnya lebih murah kepada masyarakat dan bukan membeli di mitra karena mitra adalah bentuk baru perpanjangan tata niaga. Dikatakan lebih lanjut, intinya kami mendukung penuh konsep ini dan hal ini menjadikan Jatim bagian penting dalam ketahanan pangan nasional. Pada kesempatan tersebut juga orang nomor satu di Jatim ini mengingatkan pemerintah agar konsisten dalam menjalankan program tersebut.



Gambar 35. Gubernur Jawa Timur Soekarwo saat menghadiri acara *lauching* TTI dan Pasar Murah Ramadan di Lapangan Makodam V Brawijaya (27/6/2016)

Arofa Noor Indriyani, Kepala Badan Ketahanan Pangan dan Penyuluhan DI Yogyakarta

“TTI pada saat yang sama bisa menstabilkan harga di produsen dan konsumen, beda dengan program sebelumnya.”

Dalam *launching* pemasaran beras dari Gapoktan ke TTI di Gapoktan Sidomulyo, Godean, Sleman, Yogyakarta (Sleman, *jogjaprovo.go.id* (02/06/2006)) yang dihadiri oleh Wakil Gubernur DIY, Paku Alam X, Kepala Badan Ketahanan Pangan dan Penyuluhan (BKPP) DIY, Arofa Noor Indirayani melaporkan bahwa sudah banyak program yang telah dilaksanakan untuk menjaga ketersediaan pangan dan stabilisasi harga pangan, seperti peningkatan daerah rawan pangan, penganekaragaman dan konsumsi pangan, serta program peningkatan distribusi dan akses pangan. Lebih lanjut dikatakan bahwa walaupun LDPM telah dapat meningkatkan harga di tingkat petani, khususnya pada saat panen raya, namun kenyataannya yang terjadi selama ini disparitas harga antara di tingkat produsen dan konsumen masih tinggi yang mengakibatkan keuntungan yang tidak proporsional antara pelaku usaha, berbeda halnya dengan TTI yang mampu membuat disparitas harga menjadi kecil.



Gambar 36. Badan Ketahanan Pangan dan Penyuluhan (BKPP) DIY menggelar bazar TTI, Jumat (12/1/2018). Sebanyak empat ton beras dari dua Gapoktan dijual seharga Rp8.800 per kilogram.

Ecep Hasanuddin, Petani Lampung

“Bisa jual hasil produksi pertanian lebih mahal lewat di TTI.”

Kehadiran TTI dalam stabilisasi harga jual yang tetap menarik di tingkat petani sangat dirasakan oleh petani di Lampung (Bandar Lampung, Radio Suara Wajar). Seperti yang dikatakan oleh Ketua Gapoktan Mekartani, Desa Way Pring, Kecamatan Pugung, Kabupaten Tanggamus, Ecep Hasanuddin pada peluncuran program TTI di Lampung di Hotel Emersia (30/3/2016). Ecep mengatakan bahwa dengan adanya TTI para petani di daerahnya dapat menjual dengan harga yang lebih baik dibandingkan sebelum adanya TTI, sekalipun pada puncak panen. Ecep berharap mudah-mudahan ini akan berjalan dengan baik sehingga kami tetap tertarik untuk memproduksi dan mudah-mudahan selaku petani bisa membantu pemerintah dalam proses stabilisasi pasokan dan harga pangan di tingkat konsumen, karena kami bersemangat untuk memproduksi.

serverlib/psekp/

Bab 6.

PERSPEKTIF KE DEPAN PENGUATAN PERAN TOKO TANI INDONESIA

Penguatan Peran dan Kehadiran Pemerintah

Inovasi penyelenggaraan TTI secara umum dinilai positif dapat mencapai tujuan program, yaitu menjaga stabilitas harga pangan di tingkat konsumen, sekaligus meningkatkan harga pangan yang diproduksi petani dan stabilitasnya, paling tidak di lokasi pelaksanaan TTI dan di lokasi Gapoktan/LUPM mitra kerja. Pemerintah berencana menambah jumlah TTI dan meningkatkan kinerjanya. TTI diharapkan dapat menjadi salah satu instrumen kebijakan pangan, khususnya dalam upaya stabilisasi pasokan dan harga pangan pokok tertentu. Untuk itu, pemerintah dalam hal ini Kementan terus mendorong penumbuhan jumlah dan kinerja TTI di wilayah-wilayah yang selama ini seringkali terjadi fluktuasi harga, terutama bagi beberapa komoditas pangan strategis. Hal ini dilakukan selain dalam rangka pengembangan jumlah TTI yang dapat menyediakan kebutuhan konsumen dengan harga yang terjangkau, sekaligus membantu upaya program pemerintah

untuk stabilisasi harga komoditas pangan strategis di tingkat konsumen atau sekitar wilayah TTI.



Gambar 37. Tiga TTI contoh yang tersebar di seluruh Indonesia dalam rangka menyediakan kebutuhan konsumen dengan harga yang terjangkau

Penumbuhan jumlah TTI dilaksanakan sejalan dengan penumbuhan dan penguatan jumlah dan kapasitas Gapoktan/LUPM yang selama ini menjadi mitra pasokan komoditas yang dibutuhkan konsumen melalui TTI di berbagai lokasi, terutama diprioritaskan untuk pemenuhan kebutuhan pasokan yang dapat didistribusikan langsung menjangkau lokasi konsumen akhir di masing-masing wilayah lingkungan TTI. Jumlah pasokan menjadi sangat penting, terkait kontinuitas komoditas yang utama dan diperlukan oleh masyarakat sebagai konsumen.

BKP Kementan sedang memperkirakan kebutuhan pasokan yang dapat dipenuhi melalui penyebaran jumlah TTI dan

kemampuan TTI untuk memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat di sekitarnya yang selama ini menjadi lokasi rawan terjadinya fluktuasi harga. Dengan diketahuinya jumlah dan kemampuan TTI serta keterjangkauan kebutuhan per konsumen, dapat diperkirakan pasokan yang dibutuhkan per satuan waktu. Dengan data tersebut maka dapat dipetakan jumlah pasokan yang harus disediakan oleh Gapoktan/LUPM untuk memasok kebutuhan komoditas pangan yang selama ini didistribusikan ke TTI sekitarnya dan TTI Center maupun TTI yang berlokasi di Jabodetabek.

Melalui data kebutuhan pasokan dari masing-masing TTI juga, Gapoktan atau LUPM dapat memperhitungkan kebutuhan stok pangan yang harus dipersiapkan dan dikelolanya terutama pada saat *off season*. Hal ini karena bagaimanapun pemenuhan ketersediaan stok pangan akan sangat berkaitan dengan pola musim tanam, musim panen, serta fluktuasi harga yang mengikutinya terhadap masing-masing komoditas. Dukungan pemerintah untuk pengembangan manajemen stok pangan didorong melalui penguatan usaha dan akses Gapoktan atau LUPM yang selama ini menjadi pemasok komoditas ke TTI atau TTI Center. Pengelolaan manajemen stok pangan yang akan didorong di tingkat Gapoktan/LUPM, terutama untuk cabai merah, sangat membutuhkan penanganan dan sarana pendukung yang cukup berbeda dibandingkan dengan komoditas bawang merah dan beras.

Beberapa kegiatan secara bertahap direncanakan dan dilaksanakan oleh Kementan untuk mendukung kelengkapan fasilitas dan sarana pengelolaan komoditas pangan pokok dan penting melalui manajemen stok di tingkat Gapoktan/LUPM dan di masing-masing TTIC di tingkat provinsi. Dengan upaya ini diharapkan ketersediaan komoditas pangan (untuk saat ini beras, cabai merah, dan bawang merah) di tingkat konsumen akan tetap terpenuhi dan pasokan akan tetap tersedia selama sepanjang tahun.

Pengembangan kegiatan LUPM melalui TTI dan/atau TTI Center saat ini telah dilaksanakan dengan berbagai dukungan fasilitas, kreativitas, inovasi, dan upaya sinergitas kegiatan Kementan dengan berbagai institusi dan para pelaku di pusat maupun di daerah. Hal ini menjadi satu terobosan masif agar pengembangan kegiatan LUPM yang terkoneksi dengan penyelenggaraan TTI dan TTI Center dapat terus berkembang dalam skala yang lebih luas dan memasyarakat. Beberapa bentuk kegiatan dan aktivitas pendukung tersebut dapat dijelaskan secara ringkas sebagai berikut.

Mobilisasi TTI untuk hadir di tengah-tengah konsumen

Peningkatan pelayanan TTI ke depan dilakukan selain untuk penyempurnaan dan melengkapi tuntutan kebutuhan serta fasilitasi antara produsen dan konsumen, juga untuk mendorong TTI setiap saat agar dapat melakukan inovasi guna meningkatkan kinerja dalam pemasaran pangan. Bentuk inovasi yang dilakukan yang menjadi bagian dari fungsi pelayanan TTI terhadap konsumen di antaranya dengan sistem pelayanan pasar murah pada beberapa spot dan ruang publik. Pada kesempatan tersebut, TTI hadir untuk memasarkan komoditas pangan secara langsung kepada masyarakat.

Dukungan sarana untuk memberikan pelayanan langsung kepada masyarakat disediakan berupa sarana kendaraan roda-4 yang sudah dimodifikasi menjadi akomodasi atau fasilitas pemasaran komoditas, sekalipun dengan kapasitas pemasaran yang masih terbatas jumlahnya. Namun demikian, esensi TTI hadir untuk menjangkau masyarakat secara langsung dan memberikan pelayanan kebutuhan masyarakat dengan menjual komoditas pangan berkualitas dengan harga murah menjadi salah satu butir penting bagi pengenalan misi TTI kepada masyarakat secara bertahap.



Gambar 38. TTI menggelar pasar murah ataupun mendatangi beberapa spot dan ruang publik tempat masyarakat berkumpul untuk melaksanakan fungsinya memasok pangan dan memotong rantai pasok

Fasilitasi pelayanan dengan Go-Jek

Inovasi lain yang telah dikembangkan dalam pengelolaan pelayan TTI saat ini, khususnya yang diinisiasi oleh TTI Center, adalah dengan membuka pelayanan belanja *online* berbasis transportasi. TTI dengan melibatkan aplikasi transportasi Go-Jek menawarkan kemudahan kepada konsumen dalam melakukan belanja kebutuhan pangan (untuk saat ini beras, bawang merah, dan cabai merah) serta komoditas yang dikelola di TTI Center, tanpa harus melakukan atau mendatangi TTI Center, namun cukup dengan melakukan pemesanan barang kebutuhan melalui jasa Go-Jek. Dengan difasilitasi secara *online*, selain menjadi inovasi pemasaran TTI juga memberikan kemudahan pelayanan bagi masyarakat untuk mendapatkan produk pangan secara langsung dari TTI Center tanpa harus datang secara langsung ke TTI Center.

Kerja sama Go-Mart dengan TTI dari Kementan merupakan salah satu bentuk komitmen Go-Jek untuk membantu Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Indonesia memperluas pasar sekaligus mempermudah pelanggan berbelanja bahan pangan sehari-hari. TTI hadir di Go-Mart dan konsumen dapat dengan mudah berbelanja produk pangan dengan kualitas yang baik dan harga terjangkau.



Gambar 39. Menteri Pertanian Andi Amran Sulaiman, Menteri Perdagangan Enggartiasto Lukita, Menteri Desa PDTT Eko Putro Sanjoyo, dan Head of Go-Mart Diaz Sikar melepas 50 Driver Go-Jek mengantar bahan pangan TTI di Karawang, Jawa Barat

Dengan armada yang cukup besar diharapkan kerja sama dengan perusahaan ojek *online* tersebut dapat memotong rantai distribusi pangan yang selama ini sangat panjang. Dengan demikian, harga yang didapatkan konsumen lebih murah. Perusahaan Go-Jek memasukkan aplikasi pembelian produk pangan melalui TTI ke dalam aplikasi Go-Mart, sehingga

konsumen dapat memesan produk pangan atau berbelanja berbagai kebutuhan dengan menggunakan aplikasi tersebut. Untuk pengembangan selanjutnya pihak penyedia jasa ojek *online* akan terus menyempurnakan aplikasinya.

Sistem e-commerce TTI

Sistem *e-commerce* pada proses pengelolaan TTI ke depan dan sekaligus untuk merespons perkembangan ekonomi digital serta tuntutan kemudahan berbelanja bagi masyarakat, BKP Kementan merancang aplikasi TTI *online* dalam aplikasi *e-commerce (business to business)* yang melibatkan petani, masyarakat, lembaga keuangan, dan transportasi. Upaya ini sebagai wujud transformasi dalam pelayanan TTI agar dapat melayani masyarakat secara lebih luas, mudah, dan murah. *Sistem e-commerce* TTI juga disiapkan untuk mengantisipasi perkembangan jumlah TTI yang akan terus bertambah setiap tahun.



Gambar 40. Untuk merespons perkembangan ekonomi digital dan kemudahan berbelanja bagi masyarakat, Kementerian Pertanian merancang aplikasi Toko Tani Indonesia (TTI) *online* dalam aplikasi *e-commerce (business to business)*, 2017

Kegiatan *e-commerce* TTI ini juga meliputi pengembangan sistem informasi berbasis *online* dan terintegrasi dengan sistem yang sudah terbangun dalam perdagangan elektronik pangan pokok dan strategis berbasis teknologi informasi. Penyediaan aplikasi dan penganalisa data ini, meliputi: (1) aplikasi berbasis *web* dan *smartphone* (Android & iOS); (2) *software monitoring* dan visualisasi; serta (3) pemeliharaan terhadap pekerjaan jasa konsultasi terkait. Di samping itu juga dalam kaitan penyediaan sumber daya manusia (operator) dalam mengelola *information center* di TTI Center.

Secara teknis, pada tahap awal akan direalisasikan sistem TTI *online* tersebut dengan melibatkan Gapoktan, TTI, dan TTIC sebagai penghubung yang akan mempertemukan antara pemasok dan TTI dalam suatu sistem data informasi berbasis *online*. Beberapa manfaat terkait dengan aplikasi ini adalah: (1) ketersediaan informasi stok di sisi Gapoktan dan TTI, (2) kepastian pengiriman dan *monitoring* proses pengiriman, (3) jaminan kontinuitas pasokan, (4) minimalisasi biaya distribusi, (5) adanya kepastian harga dan stok yang dapat dibeli masyarakat, dan (6) informasi akses lokasi TTI terdekat bagi masyarakat.

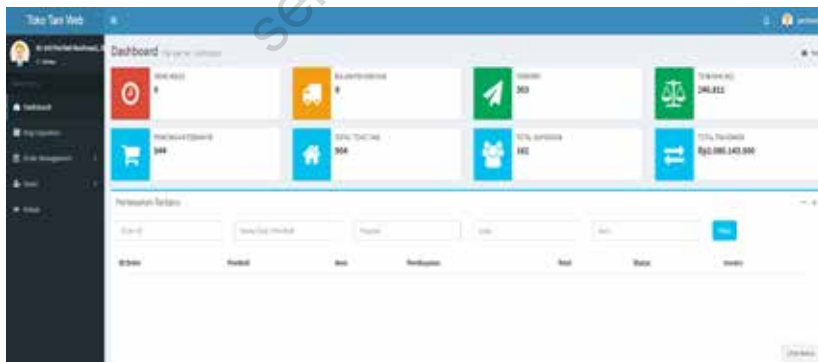


Sumber: Badan Ketahanan Pangan, Kementan (2018)

Gambar 41. Proses penggunaan sistem *e-commerce* Toko Tani Indonesia

Keluaran dari sistem *e-commerce* adalah berupa bank data yang terkait pola produksi dan pola transaksi yang ke depannya bisa sebagai bahan penyusunan kebijakan Kementan terkait pemasaran hasil pertanian dan program stabilisasi harga dan pasokan pangan. Pada rencana pengelolaan TTI ke depan, aplikasi ini akan terus dikembangkan sehingga masyarakat dapat mengakses layanan TTI secara *online*. Pada tahap lanjutan, sistem *e-commerce* TTI ini melibatkan peran perbankan, misalnya Bank Rakyat Indonesia yang telah berkomitmen mendukung pengembangan *cashless payment* antara TTI dengan Gapoktan. Peran perbankan juga akan diperluas sebagai pemberi pinjaman mikro/ritel bagi petani, Gapoktan, dan TTI, di samping akan dikembangkan *traffic management* atau *cash management* transaksi (*traffic*) keuangan TTIC.

Gambar 42 menggambarkan sistem yang diterapkan dalam *dashboard* Toko Tani Web menunjukkan transaksi yang terjadi antara Gapoktan dan TTI secara *real time*, baik jumlah kuantitas yang telah terkirim, total nilai uang yang ditransaksikan, jumlah Gapoktan dan TTI yang terlibat, serta proses transaksi yang masih berjalan.



Sumber: Badan Ketahanan Pangan, Kementan (2018)

Gambar 42. *Dashboard* informasi *e-commerce* TTI

Berdasarkan data perkembangan jumlah transaksi secara *online* untuk komoditas beras yang telah dikirimkan oleh Gapoktan langsung kepada TTI selama dua bulan (periode 5 Maret s.d. 31 Mei 2018) telah mencapai 246 ton dengan nilai transaksi mencapai Rp2,085 miliar. Ketetapan harga penjualan beras per kg dari Gapoktan LUPM kepada TTI melalui sistem *e-commerce* sesuai dengan acuan harga penjualan yang sudah ditetapkan dalam peraturan/ketentuan TTI, yaitu Rp8.500 per kg dan kemudian TTI menjual produk tersebut kepada konsumen, seharga Rp8.800 per kg (Tabel 17).

Tabel 17. Jumlah dan nilai transaksi komoditas beras yang dikelola TTI dan dipasarkan secara *online* melalui sistem *e-commerce* tahun 2018 (periode 5 Maret s.d. 31 Mei 2018)

No.	Tanggal/Bulan/ Waktu Transaksi	Komoditas	Jumlah/Volume (kg)	Nilai Transaksi (Rp)
1.	5 Maret – 30 April	Beras	94.607	804.159.500
2.	Mei	Beras	152.204	1.280.984.000
	Total		246.811	2.085.143.500

Sumber: Badan Ketahanan Pangan, Kementan (2018)

Dengan perkembangan pelaksanaan tersebut, Toko Tani Indonesia (TTI) diharapkan akan memasuki dunia *e-commerce* sepenuhnya sebelum akhir tahun ini. Hal tersebut merupakan salah satu cara TTI membantu masyarakat mendapatkan bahan pokok yang murah karena terjadi pemotongan alur distribusi yang efisien. Adapun skema pembelian barang melalui toko *online* TTI yakni pelanggan akan menggunakan aplikasi untuk memesan di TTI, selanjutnya TTI akan menghubungi distributor terdekat dengan lokasi pelanggan untuk mengirimkan barang. Dengan demikian, alur distribusi barang hanya akan terjadi dalam tiga tahap, yaitu petani sebagai produsen, TTI sebagai distributor, dan konsumen.



Gambar 43. Foto *re-launching* TTI *online* oleh Menteri Pertanian disaksikan Sekretaris Jenderal Kementerian Pertanian dan Kepala Badan Ketahanan Pangan dalam kegiatan *launching* program PADU SATU tanggal 15 Mei 2018 di Gedung B Kementerian Pertanian

Dengan sistem *e-commerce* ini, TTI diproyeksikan bisa merambah dunia retail secara *online*. Manfaat lain dari masuknya TTI ke dunia *online* maka pemerintah tidak perlu menyediakan gudang penyimpanan karena barang akan langsung dikirim dari produsen kepada konsumen. Selain itu, kontrol harga juga akan semakin baik karena berada dalam pengawasan penuh. Dengan pengembangan jumlah TTI secara nasional dan masuknya TTI ke dalam ranah *e-commerce*, Kementan merasa optimistis bisa menjadikan TTI sebagai pusat distribusi bahan pangan pokok di Indonesia, sekaligus dapat dijadikan salah satu instrumen untuk menuju proses stabilisasi harga beberapa komoditas pertanian strategis yang dikelola oleh TTI dan sekaligus sebagai sumber bahan pangan pokok yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Dengan adanya sistem manajemen informasi *e-commerce* TTI, akan semakin mengokohkan ketersediaan stok dan pasokan yang ada di

TTI. Sistem ini juga akan memudahkan transaksi antara Gapoktan LUPM dengan TTI melalui dukungan perbankan *cashless payment traffic management* sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan petani dan masyarakat (Badan Ketahanan Pangan, Kementan. 2017).

Pada 15 Mei 2018, Kementerian Pertanian telah meresmikan penggunaan aplikasi *e-commerce*. Pada tahap awal, aplikasi ini berperan menghubungkan Toko Tani Indonesia dan Gapoktan untuk memasok komoditas beras. Ke depan akan dikembangkan untuk mengakomodir komoditas lainnya, misalnya gula dan minyak goreng. Tercatat sekitar 100 TTI telah aktif menggunakan aplikasi ini.

TTI Center sebagai pusat informasi dan data

Pengembangan dan penguatan kelembagaan TTI Center diarahkan untuk meningkatkan peran dan kedudukannya sebagai fasilitas dan sumber informasi bagi konsumen dan produsen atas ketersediaan data produksi di tingkat Gapoktan/LUPM mitra serta kebutuhan pasokan dan permintaan komoditas di tingkat konsumen. Dengan kata lain, untuk pengembangan selanjutnya, peran TTI dan TTI Center hanya sebatas penyedia data dan informasi atas komoditas atau produk pangan yang ada/dihasilkan produsen melalui data informasi dari Gapoktan dan LUPM serta permintaan konsumen, baik secara individu maupun dalam jumlah besar.

Mekanisme penyelenggaraan kegiatan ini, baik konsumen maupun Gapoktan/LUPM, dapat melakukan akses data ke TTI/TTI Center serta melakukan pemesanan dan pengecekan melalui TTI atas ketersediaan komoditas yang diperlukan berdasarkan *update* data yang disampaikan Gapoktan/LUPM ke TTI. Proses transaksi tetap harus diketahui dan dilaporkan oleh TTI Center untuk selanjutnya dilakukan pembayaran melalui perbankan yang

ditunjuk atau disepakati secara *online* atau melalui proses transfer ke rekening Gapoktan/LUPM mitra.

Proses selanjutnya, Gapoktan/LUPM tidak harus membawa terlebih dahulu barang/produk yang menjadi pasokan atas komoditas yang diperlukan konsumen ke TTI Center terlebih dahulu seperti yang dilakukan saat ini. Dengan pola baru ini, baik Gapoktan maupun konsumen, bisa melakukan kontak secara langsung dalam proses penentuan barang/komoditas (jenis, ukuran, dan kualitas) serta lokasi untuk pengirimannya yang sudah disepakai. Dengan sistem ini pula maka TTI Center tidak secara langsung menyediakan tempat penampungan maupun tenaga kerja untuk mengelola komoditas yang dipasok dari Gapoktan/LUPM kemudian memasarkannya kepada konsumen. Bagi produsen yang produknya dikelola oleh Gapoktan/LUPM juga menjadi salah satu kemudahan untuk melakukan pengiriman serta memberikan kepastian atas volume yang dibutuhkan dan sekaligus dilakukan pasokan secara langsung kepada konsumen. Dengan pola ini juga diharapkan dapat mendorong penggunaan biaya pengiriman produk yang lebih efisien dari produsen ke pasar tujuan.

Pengembangan lebih lanjut berupa upaya menjadikan TTI Center sebagai *distribution center* (DC) yang menghubungkan kebutuhan TTI dengan Gapoktan/Poktan Tani binaan dalam volume besar, di mana TTI Center hanya sebagai *hub* (penghubung). Upaya ini dimulai dengan mengembangkan prototipe di beberapa kota besar di Indonesia. Secara bertahap pada tahun 2018, TTI Center yang sudah terbangun, seperti di Medan, Palembang, Lampung, Banten, dan Makassar akan mengikuti pola *distribution center* tersebut, sehingga wilayah penyangga sebagai daerah produsen dapat memasok ke wilayah konsumen melalui TTI Center yang akhirnya akan menimbulkan keseimbangan dalam penyediaan pangan.



Gambar 44. TTI Center di yang berlokasi di Gedung Sentra Promosi dan Pemasaran Produk Pertanian Nusantara (SP4N) Pasar Minggu, Jakarta Selatan. Cikal bakal untuk mengembangkan Pusat Informasi dan Data Pangan

Inisiasi perluasan jaringan TTI kerja sama dengan Kementerian BUMN

Selain menggandeng PT Gojek Indonesia melalui aplikasi Go-Mart untuk memperluas pemasaran komoditas bahan pangan pokok strategis dengan harga terjangkau dan berkualitas, selanjutnya TTI menggandeng PT Pertani (Persero) untuk melakukan kerja sama guna memperluas jangkauan pemasaran bahan pangan pokok strategis. Kerja sama tersebut dilakukan untuk memudahkan masyarakat dalam membeli bahan pangan pokok dan strategis dengan harga terjangkau.

Dalam kerja sama ini, TTI Center yang dikelola BKP Kementan melakukan pembinaan dan pemantauan kepada TTI di seluruh Indonesia, di samping melakukan penentuan harga pangan di TTI. Sedangkan PT Pertani sebagai perusahaan BUMN akan

melaksanakan pengembangan outlet TTI di seluruh Indonesia dengan rencana membangun 100 titik untuk lokasi mendirikan TTI di seluruh Indonesia dan akan membangun gudang-gudang kering dan basah untuk mendukung distribusi bahan pangan. Di lokasi tersebut juga akan dibangun *cold storage* untuk membantu penyimpanan produk pangan yang memerlukan penanganan khusus seperti daging.

Untuk mengatasi masalah harga, pemerintah dalam hal ini Kementan, Kemendag, dan Kementerian Desa PDTT menggandeng kalangan petani dan distributor pangan. Rencana kerja sama tersebut diformalkan melalui penandatanganan nota kesepahaman (MoU) antara petani dengan distributor pangan, disaksikan Menteri Pertanian, Menteri Perdagangan, dan Menteri PDTT serta para pemangku kepentingan lainnya. Dengan MoU tersebut diharapkan petani dan konsumen mendapatkan harga yang layak dan tidak merugikan satu sama lain.

Langkah sinergis lainnya dalam kerangka pengembangan TTI adalah upaya untuk menggandeng koperasi pasar di Jabodetabek untuk memotong rantai pasok komoditas pertanian dan memperluas jaringan TTI. Inisiasi keberadaan TTI dengan cara memperluas jaringan, langsung ditindaklanjuti oleh Menteri Koperasi dan UKM. Dalam rancangan pengembangannya akan diatur bagaimana koperasi bisa terkoneksi langsung dengan kelompok tani. Inisiasi dan upaya sinergi antarlembaga ini dilakukan pada saat penandatanganan MoU kerja sama antara Kementan dan Pusat Koperasi Pasar (Puskoppas) Jabodetabek di Kantor Kementerian Negara Koperasi dan UKM di Jakarta. Dengan upaya ini diharapkan dapat memotong rantai pasok yang panjang sehingga petani mendapatkan saluran distribusi yang bertanggung jawab dan konsumen mendapatkan harga wajar serta barang yang senantiasa segar. Mekanisme penyaluran yang telah berlangsung lima bulan terakhir di TTI yang akan direplikasi di koperasi. Kementan akan mengedukasi dan menyambungkan antara kelompok tani dengan TTI/Koperasi. Salah satu kelompok

koperasi yang sudah menyatakan minat ikut serta dalam distribusi pangan adalah Koperasi Pasar, Kementerian Negara Koperasi dan UKM akan menjadi fasilitator antara Kementan dengan koperasi pasar.

Dilibatkannya koperasi pasar dalam mekanisme distribusi pangan tentu menjadi angin segar bagi pedagang pasar yang bergabung dalam koperasi karena mendapatkan kepastian stok pangan. Harga eceran tertinggi dan terendah pun akan diberlakukan dalam mekanisme penyaluran pangan. Potensi dan jumlah koperasi pasar yang tersebar di Jabodetabek ada sekitar 163 koperasi serta jumlah pasarnya sekitar 400-an pasar yang sebagian besar ada di DKI Jakarta.



Gambar 45. Suasana dalam TTI Center Kementerian Pertanian di Pasar Minggu, Jakarta Selatan, 2016

Penumbuhan kreativitas pengelolaan TTI di daerah

Pengembangan inovasi untuk mengoptimalkan peran TTI juga tidak hanya dilakukan melalui introduksi kegiatan pengembangan jaringan TTI yang dilakukan dari tingkat pusat. Melalui konsep “mendekati konsumen dengan TTI keliling” yang diinisiasi oleh pemerintah daerah melalui Badan Ketahanan Pangan dan Penyuluhan (BKPP) Kota Banda Aceh juga mempunyai kreativitas baru, yakni membuat TTI Keliling. Kreativitas yang dilakukan

oleh pemerintah daerah setempat, khususnya di wilayah provinsi DI Aceh, mencoba memperkenalkan inovasi pengelolaan TTI ini sebagai upaya mendekatkan TTI kepada masyarakat dengan tidak meninggalkan fungsi dan tujuan dari dibentuknya TTI berdasarkan aturan tata kelola yang sudah ditetapkan.



Gambar 46. Untuk lebih mendekatkan ke konsumen, TTI memperkenalkan dengan TTI Keliling kepada masyarakat, 2017

Dengan inovasi tersebut, pemerintah pusat menjadikan Kota Banda Aceh sebagai percontohan TTI Keliling. TTI Keliling ini beroperasi setiap Sabtu-Minggu di pusat keramaian seperti

Taman Blang Padang, Kota Banda Aceh. Selain itu, TTI Keliling juga beroperasi ketika ada kegiatan atau acara tertentu dan mendapat respons bagus dari masyarakat. Animo masyarakat sangat luar biasa dengan adanya TTI Keliling sehingga pengelola memberlakukan batas pembelian untuk komoditas pangan tertentu.

Dalam upaya memperluas jaringan pasar komoditas yang menjadi pasokan PUPM/Gapoktan/LUPM melalui pengelolaan TTI di daerah langsung ke masyarakat, di beberapa lokasi TTI di daerah juga telah memanfaatkan keberadaan gerai-gerai Alfamart dan Indomaret yang ada di daerahnya untuk melakukan kerja sama penjualan atau pasokan komoditas pangan hasil LUPM setempat, khususnya untuk beras yang secara periodik dititipkan di gerai-gerai tersebut.

Strategi Pengembangan TTI

Sebagaimana tercantum dalam Keputusan Menteri Pertanian Nomor 06/KPTS/KN.010/K/02/2016 tentang Pedoman Umum Pengembangan Usaha Pangan Masyarakat Tahun 2016, pelaksanaan kegiatan PUPM/TTI bertujuan untuk: (1) menyerap produk pertanian nasional dengan harga yang layak dan menguntungkan petani, khususnya bahan pangan pokok dan strategis; (2) mendukung stabilisasi pasokan dan harga pangan pokok dan strategis; dan (3) memberikan kemudahan akses bagi konsumen/masyarakat terhadap bahan pangan pokok dan strategis dengan harga yang terjangkau dan wajar. Untuk mencapai tujuan tersebut, kegiatan PUPM/TTI harus mencapai skala ekonomi tertentu agar dapat secara efektif mempengaruhi pasar. Sudah barang tentu skala ekonomi tersebut tergantung pada misi yang diemban program PUPM/TTI. Jika PUPM/TTI mempunyai misi untuk stabilisasi pasokan dan harga pangan pokok dan strategis di tingkat nasional, maka skala ekonomi yang dimaksud adalah skala ekonomi untuk mempengaruhi di tingkat pasar nasional.

Namun, jika hanya mengemban misi stabilisasi pasokan dan harga di tingkat lokal, maka skala ekonomi yang dimaksud cukup untuk mempengaruhi pasar tingkat lokal.

Menurut Kotler (1994), posisi perusahaan pada suatu pasar tertentu ditentukan oleh pangsa pasar produk perusahaan tersebut. Menurut Kotler, posisi perusahaan pada suatu pasar tertentu dapat dibedakan atas: (1) pemimpin pasar, yaitu suatu perusahaan yang menguasai minimum 40% pangsa pasar; (2) penantang pasar, yaitu perusahaan yang menguasai minimum 30% pangsa pasar; (3) pengikut pasar, yaitu perusahaan yang menguasai minimum 20% pangsa pasar; dan (4) penggarap relung pasar, yaitu perusahaan yang menguasai sampai dengan 10% pangsa pasar (Gambar 47).



Sumber: Kotler (1994)

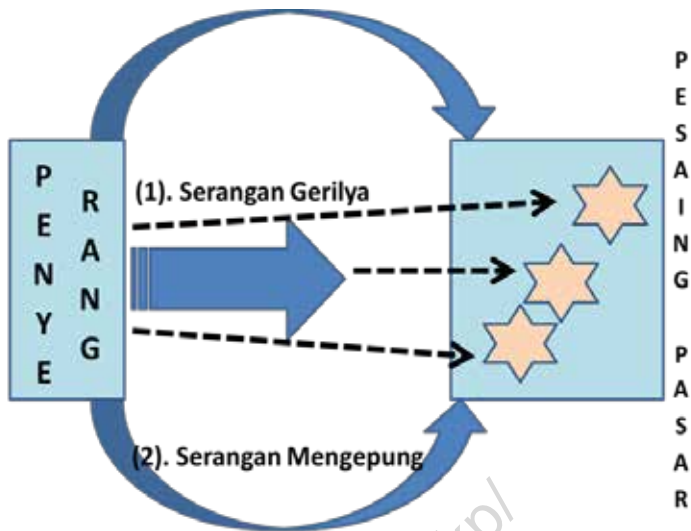
Gambar 47. Posisi perusahaan dalam pasar menurut pangsa pasarnya

Dengan demikian, program PUPM/TTI diharapkan dapat mempengaruhi pasar lokal jika PUPM/TTI sudah mempunyai pangsa pasar minimum 10% dari pangsa pasar lokal. Dengan modal pangsa pasar 10% tersebut diharapkan PUPM/TTI sudah dapat berperan sebagai pemimpin pada segmen-segmen pasar

yang tidak dilayani oleh pesaing-pesaing pasar yang menguasai pangsa pasar yang lebih besar. Umumnya perelung pasar adalah perusahaan yang mempunyai spesialisasi tertentu dan keunggulan layanan yang khas di dalam pasar, konsumen, produk, atau lini-lini pemasaran (Wilardjo 2006).

Sebagai perelung pasar, strategi persaingan yang paling sesuai bagi PUPM/TTI untuk mengembangkan pangsa pasar adalah strategi “serangan gerilya” atau bisa juga disebut sebagai serangan tahap pertama. Strategi ini umumnya dilakukan oleh perusahaan-perusahaan dengan pangsa pasar yang masih kecil dengan menyerang pada berbagai wilayah yang dikuasai oleh pesaing yang mempunyai pangsa pasar lebih besar dengan menggunakan serangan-serangan kecil secara tiba-tiba dan terputus-putus pada lokus-lokus pasar yang tersebar (Gambar 48). Tujuannya adalah untuk mengganggu konsentrasi lawan. Strategi pemasaran yang dapat dilakukan di antaranya melalui: (1) pemotongan harga secara selektif, (2) penjualan produk dengan kualitas lebih baik dengan harga yang lebih murah, (3) pelayanan prima, (4) inovasi produk dan inovasi distribusi (dengan menggunakan penjualan *online* dan *e-commerce*) dan (5) promosi yang intensif (Lubis 2004).

Dalam kasus pengembangan TTI, strategi serangan gerilya dapat diarahkan untuk memperkuat posisi pemasaran di wilayah tepi perkotaan (peri-urban). Adapun LUPM/Gapoktan sebagai pemasok bahan pangan dapat dikembangkan di wilayah penyangga (*bufferzone*) pangan untuk daerah perkotaan tempat TTI dikembangkan. Untuk menguasai pasar di peri-urban ini TTI dapat fokus pada komoditas pangan pokok yang berkualitas tinggi dengan harga yang murah, serta jaminan pasokan dan harga pangan pokok yang stabil dan berkelanjutan. Target konsumen dapat difokuskan kepada konsumen yang berpendapatan menengah ke bawah.



Sumber: Kotler (1994)

Gambar 48. Strategi “penyerangan” sebagai pencari relung pasar

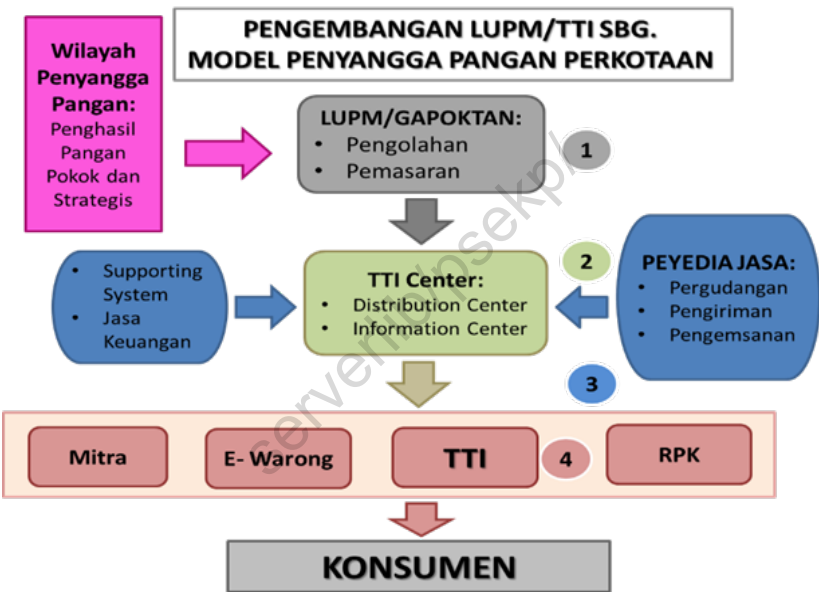
Lokasi peri-urban dapat dipertimbangkan sebagai basis pengembangan TTI karena sewa lahan dan bangunan di wilayah ini relatif murah, dan ini banyak membantu dalam menekan biaya pemasaran TTI. Namun demikian, dengan layanan melalui penjualan *online* diharapkan wilayah pemasaran TTI dapat diperluas sehingga dapat menjangkau wilayah pemasaran yang cukup luas. Di samping itu, pada akhir pekan dan hari-hari libur, orang di pusat kota sering melakukan perjalanan keluar kota untuk menghirup udara segar sambil berekreasi ke tempat tujuan wisata yang umumnya terletak di pinggiran kota. Jika dikembangkan TTI Center dan TTI di dekat lokasi tujuan wisata ini, berbelanja pangan murah dapat menjadi suatu model “wisata belanja”, yaitu berwisata sambil berbelanja bagi penduduk perkotaan. Adapun pengembangan LUPM/Gapoktan di daerah penyangga pangan bagi kota-kota besar dimaksudkan agar LUPM/Gapoktan dapat sebagai penghela bagi usaha pertanian dan agroindustri berbasis

bahan pangan pokok di sentra-sentra produksi yang tidak jauh dari kota, sehingga juga dapat menekan biaya transportasi dan distribusi bahan pangan pokok yang dipasarkan melalui TTI.

Sukses dari pengembangan pasar TTI dengan menggunakan strategi penyerangan tahap pertama ditandai antara lain oleh berkembangnya TTI dan TTI Center di daerah peri-urban. Berkembangnya TTI dan TTI Center di wilayah ini dapat diukur dengan: (1) meningkatnya volume dan omzet pemasaran TTI/TTI Center secara berkelanjutan, (2) mulai stabilnya pasokan dan harga pangan pokok yang dijual melalui TTI/TTI Center, (3) meningkatnya pelanggan dari segi jumlah dan jarak tempuh pelanggan dari TTI/TTI Center, (4) meningkatnya pangsa pasar bagi bahan pangan pokok yang dijual melalui TTI/TTI Center, dan (5) mulai dirasakan adanya dampak positif harga pangan pokok yang dijual melalui TTI/TTI Center terhadap harga pangan pokok sejenis di pasar terdekat. Jika tanda-tanda penguasaan relung pasar PUPM/TTI di wilayah peri-urban ini terlihat, maka serangan tahap kedua, yaitu strategi serangan “mengepung pasar” dapat dilakukan (Gambar 48).

Sesuai dengan kajian yang dilakukan oleh BKP (2017), strategi “mengepung pasar” dalam rangka pengembangan peran TTI dalam stabilisasi harga pangan pokok dan strategis di wilayah perkotaan dapat dilakukan melalui pengembangan, pembangunan, dan penguatan pada empat mata rantai pasok pangan pokok sebagai berikut: (1) pengembangan LUPM/Gapoktan sebagai lembaga pemasaran bagi petani produsen pangan pokok yang memberikan jaminan harga dan pemasaran bagi petani anggota di daerah penyangga pangan bagi wilayah perkotaan; (2) pembangunan *distribution center* di wilayah peri-urban dan/atau di daerah penyangga untuk meningkatkan efisiensi pendistribusian bahan pangan pokok dari LUPM/Gapoktan ke TTI/TTI Center; (3) pembangunan, pengembangan, dan peningkatan akses LUPM/Gapoktan dan TTI/TTI Center terhadap sarana pergudangan/penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, dan

sumber permodalan; dan (4) penguatan kelembagaan TTI/TTI Center sebagai “retailer” yang sudah tersebar dan mengepung wilayah perkotaan. Dengan pengembangan, pembangunan, dan penguatan pada empat mata rantai pasok bahan pangan pokok tersebut diharapkan PUPM/TTI dapat berperan paling tidak sejajar atau lebih besar peranannya dibandingkan dengan lembaga pemasaran lainnya dalam stabilisasi pasokan dan harga pangan pokok di wilayah perkotaan (Gambar 49).



Sumber: BKP (2017) disederhanakan oleh Tim Penulis

Gambar 49. Model pengembangan TTI sebagai pemasok bahan pangan pokok di wilayah penyangga pangan perkotaan

Skala Optimum Pengembangan TTI

Sebagai suatu model kelembagaan pemasaran pangan, TTI perlu secara terus-menerus dikembangkan agar menjadi salah satu instrumen pengendali stabilitas harga pangan pokok di tingkat

petani produsen dan di tingkat konsumen yang efektif dan efisien. Efisiensi dan efektivitas TTI sebagai lembaga pemasaran pangan ditentukan oleh beberapa faktor sebagai berikut.

1. Pemilihan lokasi. Pemilihan lokasi TTI sangat menentukan efektivitas dan efisiensi TTI sebagai suatu sistem pemasaran bahan pangan pokok yang harganya dikendalikan pemerintah. Dalam meningkatkan efektivitas dan efisiensinya, TTI perlu dikembangkan di wilayah konsumen yang sering mengalami gejolak harga pangan, terutama di daerah perkotaan. Di samping itu, agar kegiatan TTI juga dapat berkontribusi terhadap penanganan masalah kerawanan pangan, maka pengembangan TTI dapat dikonsentrasikan di komunitas yang mayoritas penduduknya berpendapatan menengah ke bawah.
2. Wilayah pemasaran. Pemilihan wilayah pasar sangat penting dalam menentukan efektivitas TTI dalam mempengaruhi harga pasar komoditas pangan pokok. Berdasarkan pengalaman, TTI Center akan mempunyai dampak psikologis pasar jika TTI Center dikembangkan di dekat pasar yang menjadi pusat perdagangan komoditas pangan pokok tertentu, seperti pasar induk beras dan pasar induk sayuran di suatu wilayah perkotaan. Oleh karena itu, di setiap kota atau kabupaten yang sering mengalami gejolak harga pangan minimal dapat dikembangkan satu TTI Center. Untuk setiap TTI Center dapat dikembangkan beberapa TTI yang merupakan subdistributor dari TTI Center. Jumlah TTI dalam setiap TTI Center dapat disesuaikan dengan jarak jangkauan pemasaran dan skala ekonomi TTI itu sendiri yang berbeda menurut sifat permintaan komoditas yang dipasarkan. Sebagai contoh, komoditas beras dapat didistribusikan kepada setiap TTI di wilayahnya, karena setiap rumah tangga umumnya mengkonsumsi beras minimum 5 kg per minggu. Sedangkan untuk cabai dan bawang merah pemasarannya dapat dikonsentrasikan di TTI Center dan beberapa TTI yang besar saja mengingat konsumsi per rumah tangga dalam satu minggu yang relatif kecil.

3. Volume pemasaran. Volume pemasaran sangat menentukan efektivitas dampak penjualan TTI terhadap harga pasar setempat. Sebagaimana telah dibahas dalam bagian sebelumnya, pengembangan volume penjualan oleh TTI Center dan TTI sebagai pencari relung pasar hendaknya mencapai 10 persen sampai 20 persen dari pangsa pasar agar dapat mempengaruhi harga pasar setempat. Perhitungan besaran pangsa pasar tersebut belum memperhatikan faktor psikologi pasar yang akan berbeda menurut karakteristik konsumen dan karakteristik komoditas yang diperdagangkan. Bagi komoditas yang mempunyai elastisitas harga yang tinggi, akan mudah mendorong konsumen untuk beralih kepada pedagang yang menjual komoditas dengan harga yang hanya sedikit lebih murah harganya.
4. Pemilihan komoditas. Pemilihan komoditas terutama untuk komoditas sayuran yang dijual di TTI Center dan TTI juga sangat menentukan keberlanjutan usaha di TTI center dan di TTI. Pengalaman menunjukkan bahwa sering terjadi subsidi silang antarpenjualan komoditas sayuran. Misalnya, kerugian yang dialami karena anjloknya harga suatu komoditas tertentu dapat ditutupi oleh keuntungan yang diperoleh dari penjualan komoditas yang lain. Di samping itu, keanekaragaman komoditas yang dijual di TTI Center ataupun TTI dapat menjadi faktor penarik bagi konsumen untuk datang dan berbelanja di TTI Center dan TTI.
5. Penguatan Gapoktan/LUPM. Penguatan Gapoktan/LUPM sebagai suatu lembaga pemasaran yang mampu menjamin pasar dan harga pangan produk petani mutlak untuk secara terus-menerus ditingkatkan, baik dalam skala dan jenis usahanya maupun dalam kualitas pelayanannya. Peningkatan skala usaha Gapoktan/LUPM dapat menghela peningkatan produksi dan produktivitas usaha tani bagi petani anggota. Jaminan harga dan volume permintaan Gapoktan/LUPM akan mendorong petani, terutama petani hortikultura untuk

melakukan penyesuaian pola tanam dan pergiliran tanaman di antara petani-petani anggota agar dapat memasok produk hortikultura secara kontinu di sepanjang waktu. Peningkatan permintaan terhadap produk pangan yang berkualitas tinggi dapat mendorong petani untuk menerapkan teknologi baru dan inovasi untuk meningkatkan kualitas bahan pangan yang dihasilkannya. Yang terakhir dan tidak kalah pentingnya adalah bahwa Gapoktan/LUPM dapat mendorong petani untuk menerapkan usaha tani yang modern dan ramah lingkungan guna menjaga penyediaan pangan dalam negeri yang berkualitas, beragam, dan aman secara berkelanjutan.

serverlib/psekp/

Bab 7.

LANGKAH STRATEGIS PENINGKATAN PERAN TTI

Tidak dapat dipungkiri bahwa ketersediaan pangan dengan tingkat harga yang terjangkau di satu sisi dan pada saat yang sama di sisi lain kesejahteraan petani meningkat merupakan isu yang selalu hangat dan muncul berulang-ulang menghiasi berbagai media. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, pemerintah dalam beberapa tahun terakhir sudah mengimplementasikan berbagai program dan kegiatan yang secara langsung ataupun tidak langsung dapat menstabilkan harga komoditas pangan. Tetapi, kesemua program dan kegiatan tersebut masih dilakukan secara parsial dan belum mencakup seluruh rantai pasok komoditas pangan dari tingkat petani produsen sampai kepada tingkat konsumen, sehingga masih menyebabkan terjadinya disparitas harga yang cukup besar antara produsen dan konsumen. Sebagai contoh, program DPM-LUEP dan LDPM hanya menangani rantai pasok di tingkat produsen dan tidak terkait secara langsung dengan rantai pasok di level berikutnya sampai konsumen. Sebaliknya, program Pasar Tani lebih berperan dalam memfasilitasi pengembangan rantai

pasok pada level konsumen dan kurang mengkaitkannya dengan rantai pasok tingkat pengolahan dan pedagang perantara.

Dengan memperhatikan program-program yang dijalankan selama ini belum efektif pada saat yang sama bisa berpihak pada kedua belah pihak, produsen dan konsumen, Kementan menghadirkan inovasi kelembagaan pemasaran pangan berupa program terobosan TTI. Paling tidak, ada tiga tujuan dari pengembangan program TTI, yaitu: (1) memangkas rantai pangan pokok menjadi lebih pendek (3 sampai 4 simpul) dan efisien, di mana sebelumnya sangat panjang (7 hingga 8 simpul) dan kurang efisien; (2) meningkatkan pendapatan petani, karena pada situasi bagaimanapun petani tetap mendapatkan harga yang wajar dan menarik sehingga terdorong untuk berproduksi secara lebih baik; dan (3) menjaga stabilitas harga di tingkat petani dan juga di tingkat konsumen sehingga menyebabkan daya beli masyarakat terhadap pangan menjadi tetap dan bahkan meningkat.

Untuk mewujudkan upaya tersebut, dimulai tahun 2016 telah dikembangkan 1.000 unit TTI di 33 provinsi dengan konsentrasi di Provinsi Sumatera Utara, Sumatera Selatan, Lampung, Banten, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, dan Sulawesi Selatan. Agar TTI ini bisa menjual pangan dengan harga yang lebih murah dari harga pasar setempat, pada saat yang sama juga ditumbuhkan dan diberdayakan sebanyak 500 Gapoktan/LUPM sebagai pembeli hasil produksi petani dan sekaligus pengolah dan pemasok pangan ke TTI. Satu Gapoktan/LUPM melayani 2 hingga 3 TTI. Pada tahun 2017, ditambah sebanyak 2.000 unit TTI yang dikembangkan di 34 provinsi dan didukung oleh 900 Gapoktan/LUPM.

Untuk meningkatkan luasan cakupan pelayanan TTI terhadap kebutuhan pangan masyarakat, pada tahun 2018 dan 2019 juga akan dikembangkan lagi masing-masing sebanyak 1.000 unit TTI yang didukung oleh masing-masing 500 Gapoktan/LUPM. Dengan demikian, diharapkan sampai tahun 2019 akan ada sebanyak 4.000

TTI yang mampu mewarnai struktur pasar pangan di Indonesia. Jenis komoditas yang ditangani meningkat seiring dengan perkembangan tuntutan dan harapan masyarakat. Pada tahun 2016, masih fokus untuk menangani pangan beras saja, tetapi sejak tahun 2017 meluas selain beras, juga menangani cabai dan bawang merah. Tidak menutup kemungkinan pada tahun-tahun ke depan komoditas yang ditangani bertambah lagi, terutama untuk pangan pokok dan penting lainnya.

Dampak dari kehadiran TTI yang bermitra dengan Gapoktan/LUPM telah mampu memangkas rantai pasok komoditas pangan jauh menjadi lebih pendek dibandingkan rantai pasok melalui pola konvensional atau tanpa melalui TTI. Sebagai contoh untuk rantai pasok beras agar sampai di konsumen DKI Jakarta dengan pola konvensional harus melibatkan sampai tujuh pelaku, yaitu meliputi petani produsen, pengepul, pedagang besar, distributor, subdistributor, agen, pedagang pengecer, baru kemudian sampai ke konsumen akhir. Sangat berbeda halnya dengan pola rantai pasok melalui TTI yang mampu memangkas dan menyederhanakannya menjadi hanya tiga pelaku, yaitu petani produsen, LUPM/Gapoktan, dan TTI. Demikian juga untuk rantai pasok komoditas pangan bawang merah dan cabai yang dengan pola konvensional melibatkan lima sampai enam pelaku, hanya tinggal tiga pelaku.

Dipangkasnya rantai pasok pangan menghasilkan penurunan harga pangan di tingkat konsumen, peningkatan kemampuan membeli pangan lebih banyak, dan aksesibilitas masyarakat terhadap pangan menjadi membaik. Pada saat yang sama harga yang diterima petani sebagai penghasil pangan menjadi lebih tinggi sehingga menyebabkan petani tetap dan bahkan lebih bergairah untuk memproduksi pada musim tanam berikutnya. Dampak adanya pemangkasan rantai pasok, selain menyebabkan harga pangan menjadi lebih murah, LUPM/Gapoktan sebagai pemasok pangan ke TTI mampu membeli hasil produksi petani dengan harga yang tinggi dibandingkan pedagang lainnya.

Kehadiran TTI juga berkontribusi terhadap stabilnya harga pangan. Selama tahun 2017, termasuk selama bulan puasa dan lebaran, harga beras medium, bawang merah, dan cabai merah secara nasional relatif stabil. Stabilnya harga tersebut ditunjukkan oleh rendahnya nilai koefisien variasi (CV) harga bulanan dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Pada tahun 2016 dan 2017, CV harga bulanan untuk beras sebesar 1,08 persen, bawang merah 12,12 persen, dan cabai merah 15,03 persen, jauh lebih rendah dari nilai masing-masing CV untuk tahun 2014 dan 2015.

Walaupun TTI selama ini sudah menunjukkan kinerja yang bagus sehingga mendapat apresiasi dari berbagai pihak, Kementan tidak lantas merasa puas dengan yang sudah dilakukan selama ini. Kementan terus berupaya untuk memperkuat peran TTI ke depan dalam membenahi rantai pasok dan stabilisasi harga harga pangan agar mampu mewarnai struktur pasar pangan ke depan. Terkait dengan sasaran yang cukup besar ini, terdapat beberapa langkah terobosan yang sedang dan akan dilakukan oleh Kementan ke depan untuk meningkatkan peran dan kinerja TTI di tengah-tengah dinamika perubahan lingkungan strategis atau hal kemajuan teknologi yang sangat cepat. Langkah-langkah tersebut adalah:

1. Mobilisasi TTI ke konsumen, yaitu salah satu bentuk inovasi yang dilakukan TTI dalam meningkatkan fungsi pelayanannya terhadap masyarakat secara langsung melalui sistem pelayanan pasar murah pada beberapa spot dan ruang publik.
2. Fasilitasi pelayanan dengan Go-Jek, yaitu membuka pelayanan belanja *online* berbasis transportasi. Dengan melibatkan aplikasi transportasi Go-Jek, TTI menawarkan kemudahan kepada konsumen dalam melakukan belanja kebutuhan pangan, tanpa harus datang ke TTI Center.
3. Sistem *e-commerce* TTI, sebagai wujud transformasi dalam pelayanan TTI agar dapat melayani masyarakat secara lebih luas, mudah, dan murah.

4. TTI Center sebagai pusat informasi dan data, khususnya untuk penguatan kelembagaan TTI Center sebagai fasilitas dan sumber informasi bagi konsumen dan produsen atas ketersediaan produksi di tingkat Gapoktan/LUPM di TTI Center.
5. Memperluas jaringan TTI melalui kerja sama dengan Kementerian lainnya, BUMN, dan Swasta.
6. Penumbuhan kreativitas pengelolaan TTI di daerah dengan mendorong penumbuhan kreativitas pengelolaan TTI di daerah yang sudah mulai banyak berkembang.

Tentunya upaya mulai yang telah, sedang, dan akan dilakukan Kementan dalam mewujudkan TTI sebagai terobosan program dalam membenahi rantai pasok dan stabilisasi harga pangan yang mampu memadukan kepentingan dua pihak yang berbeda, yaitu produsen dan konsumen, akan bisa berlanjut dan terwujud secara baik jika semua pihak mendukung dan mempunyai keberpihakan yang sama. Semoga semua pihak sepakat.



Gambar 50. Menteri Pertanian Andi Amran Sulaiman menyaksikan pengiriman perdana komoditas pangan strategis ke-22 TTI yang tersebar di Jakarta menggunakan mobil TTI Keliling, 2017

serverlib/psekp/

DAFTAR BACAAN

- Ashari. 2009. Analisis dan Kinerja Program Dana Penguatan Modal Lembaga Usaha Ekonomi Perdesaan (DPM LUEP). Studi Kasus: Kabupaten Ngawi Jawa Timur. *AKP* 7 (2): 147-168.
- Azzaino. 1982. Pengantar Tata Niaga Pertanian. Departemen Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian IPB, Bogor.
- [BKP] Badan Ketahanan Pangan. 2017. Kajian Wilayah Penyangga Kota Besar: Kasus DKI Jakarta untuk Komoditas Pangan Pokok & Strategis. Laporan Final. Kementerian Pertanian. Tidak Dipublikasikan.
- [BKP] Badan Ketahanan Pangan. 2016. Kiprah Toko Tani Indonesia: untuk Kesejahteraan Petani dan Masyarakat. Buku. Badan Ketahanan Pangan, Kementerian Pertanian. Jakarta.
- [BLP] Badan Ketahanan Pangan. 2018. Petunjuk Teknis Kegiatan Pengembangan Usaha Pangan Masyarakat (PUPM) Melalui Toko Tani Indonesia (TTI). Buku. Badan Ketahanan Pangan, Kementerian Pertanian. Jakarta.
- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2016. Distribusi Perdagangan Komoditas Beras Indonesia 2016.
- BPS. 2015. Distribusi Perdagangan Komoditas Beras Indonesia 2015. Badan Pusat Statistik. Jakarta.

- _____. 2015. Distribusi Perdagangan Komoditas Cabai Merah Indonesia 2015. Badan Pusat Statistik. Jakarta.
- _____. 2015. Distribusi Perdagangan Komoditas Bawang Merah Indonesia 2015. Badan Pusat Statistik. Jakarta.
- BPS. 2018. Data Pemantauan Harga Gabah di Tingkat Petani dan HPP Gabah. Badan Pusat Statistik. Jakarta.
- Bulog. 2018a. Sekilas Pengadaan. Website: www.bulog.co.id
- Bulog. 2018b. Berita dan Informasi. Website: www.bulog.co.id
- Ditjen Hortikultura. 2017. Bahan Rapat Koordinasi Nasional Ditjen Hortikultura 4 Januari 2017. Kementerian Pertanian. Jakarta.
- Erwidodo, 2014. Reformasi Kebijakan Perdagangan Menuju Kemandirian dan Ketahanan Pangan Nasional. *Dalam: Haryono, dkk. 2015 (eds). Reformasi Kebijakan Menuju Transformasi Pembangunan Pertanian*. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Kementerian Pertanian, IAARD Press. Jakarta.
- _____. 2015. Kebijakan Impor, Cadangan Pangan, Stabilisasi Harga dan Ketahanan Pangan Nasional Berkemandirian. *Dalam: Pasandaran, E., dkk. 2015 (eds). Memperkuat Kemampuan Swasembada Pangan*. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Kementerian Pertanian, IAARD Press. Jakarta.
- Gerard F. 2010. Indonesian Experience in Rice Price Stabilization. CIRAD.
- Hasyim, A.I. 2012. Tata Niaga Pertanian. Diktat Kuliah. Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
- Hermanto, Suryana A., Sudaryanto T., Simatupang P., Erwidodo, Kariyasa K., dan Y.D. 2016. Reposisi Kelembagaan dan Tupoksi Kementerian Pertanian dalam Mempercepat Terwujudnya Kedaulatan Pangan. Laporan Analisis Kebijakan. Pusat Sosial

- Ekonomi dan Kebijakan Pertanian. Kementerian Pertanian. Tidak Dipublikasikan.
- Johan, T.M.I. 2014. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga Pembelian Pemerintah (HPP) terhadap Beras di Sumatera Utara. Jurnal USU. jurnal.usu.ac.id/index.php/ceress/article/viewFile/7821/329. Diunduh 31 Oktober 2016.
- Jokowi, dan Kalla J. 2014. Jalan Perubahan untuk Indonesia yang Berdaulat, Mandiri, dan Berkepribadian. Visi, Misi, dan Program Aksi. Tidak Dipublikasikan.
- Kementerian Perdagangan. 2018. Data Harga Konsumen Komoditas Pangan. Kemendag. Jakarta.
- Kementerian Pertanian. 2011. Pedoman Umum Pengembangan Usaha Agribisnis Perdesaan 2011. PUAP.
- Kementerian Pertanian. 2016. Pedoman Umum Pengembangan Usaha Pangan Masyarakat Tahun 2016. Lampiran Peraturan Menteri Pertanian Republik Indonesia Nomor 06/KPTS/KN.010/K/02/2016.
- Kotler P. 1994. Manajemen Pemasaran; Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian. Dialih bahasakan oleh: Wasana J. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kompas.com. 2016. BPS: Rantai Distribusi Cabai Merah Paling Panjang. <http://ekonomi.kompas.com/read/2016/02/01/133639726/BPS.Rantai.Distribusi.Cabai.Merah.Paling.Panjang>. Diunduh 28 Januari 2018.
- Lubis A.N. 2004. Strategi Pemasaran dalam Persaingan Bisnis. Program Studi Ilmu Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Sumatera Utara. USU Digital Library.
- Mahbubi, A. 2013. Model Dinamis Supply Chain Beras Berkelanjutan dalam Upaya Ketahanan Pangan Nasional. Jurnal Manajemen & Agribisnis, Vol. 10 (2): 81-89.

- Nisa S.K, dan Prabawati I. 2016. Dampak Kegiatan Penguatan Lembaga Distribusi Pangan Masyarakat (P-LDPM) di Desa Mentaras Kecamatan Dukun Kabupaten Gresik. *Kajian Kebijakan Publik*, Vol. 01 No. 01: 1-8.
- Oktarina Y. 2009. Dampak Dana Penguatan Modal untuk Lembaga Usaha Ekonomi Perdesaan (DPM-LUEP) terhadap Tingkat Pendapatan Petani Padi Sawah di Desa Gunung Kuripan Kecamatan Pengadonan Kabupaten OKU. *Agronobis*, Vol. 1, No. 1: 78-88.
- Perdana, T. 2015. Perkembangan Rantai Pasok Pertanian di Indonesia. <http://supplychainindonesia.com/New/Perkembangan-Rantai-Pasok-Pertanian-Di-Indonesia/>. 20 April 2015. Diunduh 5 Februari 2018.
- Prastowo, N.J., T. Yanuarti, dan Y. Depari. 2008. Pengaruh Distribusi dalam Pembentukan Harga Komoditas dan Implikasinya terhadap Inflasi. Working Paper Bank Indonesia, Juni 2008. Jakarta.
- PSEKP. 2016. Kajian Tata Niaga Komoditas Pangan Strategis. Laporan Analisis Kebijakan (Tidak Dipublikasikan). Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian, Kementerian Pertanian. Bogor.
- [Pusdatin] Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian. 2016. Padi. Outlook Komoditas Pertanian Subsektor Tanaman Pangan. Kementerian Pertanian.
- Roekel J.V., Willems S., dan Boselie D.M. 2002. Agri-Supply Chain Management to Stimulate Cross-Border Trade in Developing Countries and Emerging Economies. World Bank Paper.
- Soepatini, I. Muhammad, S. Anton, dan N. Sidiq. 2017. Model Kebijakan Distribusi Bawang Merah dan Putih di Wilayah Eks Karesidenan Surakarta dengan Supply Chain Management. The 5th Urecol Proceeding 18 February 2017: 1014-1025. UAD, Yogyakarta.

- Wilarjo S.B. 2006. Merancang Strategi Pemasaran untuk Pemimpin, Penantang, Pengikut, dan Perelung Pasar. Value Added Vol. 3, No. 1.
- Zhou H. and Benton W.C. 2007. Supply Chain Practice and Information Sharing. Journal of Operations Management 25(6): 1348–1365.

serverlib/psekp/

serverlib/psekp/

GLOSARIUM

Cadangan Beras Pemerintah (CBP) adalah persediaan beras yang dikuasai dan dikelola oleh pemerintah pusat.

Dana LDPM adalah dana bantuan pemerintah yang bersumber dari APBN yang disalurkan kepada Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan) dalam rangka memberdayakan kelembagaan Gapoktan agar mampu dan berdaya dalam melakukan aktivitas pendistribusian pangan pokok serta penyediaan cadangan pangan pokok.

Distribution Center (DC) adalah suatu tempat penyimpanan/gudang sebagai sumber pemenuhan kebutuhan pedagang kecil di suatu kawasan sehingga harga jual produk di pasar menjadi lebih kompetitif.

Harga Acuan adalah harga dasar bagi para pihak bersangkutan dalam melakukan tindakan.

Harga Eceran Tertinggi (HET) adalah harga beli tertinggi suatu barang oleh konsumen akhir yang merupakan kebijakan penetapan harga maksimum yang bertujuan melindungi konsumen agar harga tidak memberatkan konsumen.

Harga Pembelian Pemerintah (HPP) adalah harga dari pemerintah sebagai upaya memberikan peluang bagi petani untuk mendapatkan keuntungan yang wajar dari usaha taninya.

Kebijakan Stabilisasi Harga adalah upaya sistematis yang dilakukan pemerintah untuk menjaga harga stabil pada suatu level yang dikehendaki dalam arti berfluktuasi dengan rentang sempit.

Kedaulatan Pangan adalah hak negara dan bangsa yang secara mandiri untuk menentukan kebijakan pangan yang menjamin hak atas pangan bagi rakyat dan yang memberikan hak bagi masyarakat untuk menentukan sistem pangan yang sesuai dengan potensi sumber daya lokal.

Ketahanan Pangan adalah kondisi terpenuhinya pangan bagi negara sampai dengan perseorangan yang tercermin dari tersedianya pangan yang cukup, baik jumlah maupun mutunya, aman, beragam, bergizi, merata, dan terjangkau, serta tidak bertentangan dengan agama, keyakinan, dan budaya masyarakat, untuk dapat hidup sehat, aktif, dan produktif secara berkelanjutan.

Operasi Pasar adalah instrumen stabilisasi harga pangan jangka pendek dengan cara menyalurkan cadangan beras pemerintah ke pasar dan menjualnya di bawah harga pasar.

Pelayanan Dasar adalah pelayanan publik untuk memenuhi kebutuhan dasar warga Negara.

Satgas Pangan adalah satuan tugas yang dibentuk untuk menekan angka kecurangan yang terkait dengan distribusi pangan, harga pangan, dan kualitas pangan untuk melindungi kepentingan petani dan konsumen secara proporsional.

Stabilisasi Harga adalah tindakan mempertahankan suatu harga barang atau jasa pada tingkat tertentu yang dilakukan oleh pemerintah pada saat tingkat laju inflasi tinggi sebagai upaya menstabilkan harga barang dan jasa tersebut selama periode tertentu.

Toko Tani Indonesia (TTI) adalah salah satu usaha pemerintah untuk memotong rantai pasok pangan yang panjang dan menjaga stabilitasi harga pangan, baik di tingkat petani/produsen maupun konsumen.

serverlib/psekp/

serverlib/psekp/

INDEKS

A

agen 13, 17, 19, 20, 49, 74, 97, 131

B

Bulog 22, 23, 28, 39, 40, 41, 42, 43,
44, 83

D

disparitas harga ix, 4, 15, 30, 39, 53,
74, 100

distribusi ix, x, 4, 6, 13, 14, 15, 17,
18, 19, 20, 21, 24, 27, 28, 30,
37, 45, 48, 53, 54, 55, 58, 60,
61, 62, 63, 68, 69, 75, 80, 100,
108, 110, 112, 113, 117, 118,
122, 124

distributor 13, 17, 20, 49, 69, 74, 97,
112, 117, 131

E

e-commerce 109, 110, 111, 112, 113,
114, 122, 132

elastisitas 24, 25, 26, 127

F

fluktuasi 2, 3, 4, 25, 28, 30, 52, 53,
91, 92, 94, 96, 103, 105

G

Gapoktan vi, x, xi, 6, 7, 46, 47, 48,
49, 50, 51, 52, 53, 58, 60, 61,
62, 64, 67, 71, 75, 76, 77, 78,
80, 81, 82, 86, 96, 97, 99, 100,
101, 103, 104, 105, 110, 111,
112, 114, 115, 120, 122, 123,
124, 127, 128, 130, 131, 133

grosir 13, 17, 19, 20, 49, 74, 80

H

harga pangan v, vi, ix, x, xi, 2, 3, 4, 5,
6, 7, 8, 12, 13, 22, 29, 32, 35,
36, 37, 39, 41, 42, 44, 45, 47,
48, 49, 51, 53, 54, 73, 75, 76,
83, 100, 101, 103, 116, 120,
122, 124, 125, 126, 127, 131,
132, 133

Harga Pembelian Pemerintah 24,
137, 141

HPP xi, 24, 39, 40, 45, 47, 48, 52

I

inflasi v, 2, 7, 11, 26, 27, 36

instabilitas 5, 35, 36

intervensi pasar 22, 23, 39, 45

K

kerawanan pangan 36, 126

ketahanan pangan 1, 9, 36, 41, 66,
99

komoditas pangan v, x, 4, 8, 11, 12,
13, 18, 26, 27, 41, 42, 45, 48,
49, 51, 52, 58, 67, 70, 71, 74,
80, 103, 104, 105, 106, 120,
122, 126, 129, 131, 133

L

LDPM 45, 46, 47, 48, 100, 129, 138,
141

logistik 12, 68, 69

LUPM v, x, xi, 6, 7, 46, 47, 48, 49,
50, 51, 52, 53, 55, 58, 60, 61,
62, 64, 65, 66, 67, 68, 70, 71,
74, 75, 76, 77, 78, 79, 81, 82,
86, 96, 97, 103, 104, 105, 106,
112, 114, 115, 120, 122, 123,
124, 127, 128, 130, 131, 133

M

margin vi, 14, 15, 16, 17, 19, 29, 30,
49, 50, 51, 53, 74

O

operasi pasar 28, 40, 41, 83

P

paceklik 2, 4, 36, 37, 38

panen gadu 37

panen raya 2, 37, 38, 39, 40, 42, 44,
100

Pasar Tani 43, 45, 48, 129

pasokan vi, 2, 3, 5, 8, 11, 12, 13, 14,
17, 20, 22, 31, 35, 37, 38, 42,
48, 51, 53, 54, 55, 58, 60, 61,
63, 64, 65, 66, 67, 68, 70, 78,
80, 97, 101, 103, 104, 105,
110, 111, 113, 114, 115, 120,
121, 122, 124, 125

pemasaran vi, vii, x, 6, 12, 13, 14,
15, 16, 17, 18, 19, 20, 24, 25,
26, 29, 30, 32, 45, 48, 49, 50,
51, 53, 54, 55, 67, 68, 70, 71,
76, 78, 86, 100, 106, 107, 111,
116, 122, 123, 124, 125, 126,
127, 130

penebas 20

pengecer 15, 16, 17, 19, 20, 25, 48,
49, 74, 131

pengepul 17, 19, 20, 49, 74, 131

promosi 32, 55, 116, 122

R

rantai pasok vi, ix, x, 3, 4, 5, 6, 7, 8,
11, 12, 13, 17, 22, 23, 30, 31,
38, 39, 49, 50, 51, 55, 61, 68,
69, 70, 73, 74, 75, 76, 77, 78,
79, 80, 81, 82, 83, 97, 98, 99,
107, 117, 124, 125, 129, 130,
131, 132, 133

Rantai pasok iv, vi, xi, 2, 3, 12, 13,
23, 50, 68, 73, 74, 75, 79, 80

Rastra 40, 41

S

stabilitas harga vi, ix, 32, 36, 39, 41,
44, 45, 47, 52, 87, 103, 125,
130
subagen 13, 17, 20, 49, 74
subdistributor 13, 17, 20, 49, 74,
126, 131

T

tata niaga 5, 13, 14, 15, 20, 22, 25,
26, 29, 30, 99
tengkulak ix, xi, 30, 73, 77, 78, 97
Toko Tani Indonesia iv, v, vi, xi, 3,
11, 57, 58, 59, 75, 98, 109,
110, 112, 114
TTI Center 55, 58, 60, 61, 64, 68, 69,
70, 84, 85, 86, 98, 105, 106,
107, 110, 114, 115, 116, 118,
123, 124, 125, 126, 127, 132,
133

serverlib/psekp/

TENTANG PENULIS

H. Andi Amran Sulaiman, Dr., Ir., M.P., adalah Menteri Pertanian pada Kabinet Kerja Jokowi-JK sejak 2014. Doktor lulusan UNHAS dengan predikat Cumlaude (2002) ini memiliki pengalaman kerja di PG Bone serta PTPN XIV, pernah mendapat Tanda Kehormatan Satyalancana Pembangunan di bidang Wirausaha Pertanian dari Presiden RI (2007) dan penghargaan FKPTPI Award (2011). Beliau anak ketiga dari 12 bersaudara, pasangan ayahanda A.B. Sulaiman Dahlan Petta Linta dan ibunda Hj. Andi Nurhadi Petta Bau. Memiliki seorang istri Ir. Hj. Martati, dikaruniai empat orang anak: A. Amar Ma'ruf Sulaiman, A. Athirah Sulaiman, A. Muhammad Anugrah Sulaiman, dan A. Humairah Sulaiman. Pria kelahiran Bone (1968) yang memiliki keahlian di bidang pertanian dan hobi membaca ini, dalam kiprahnya sebagai Menteri Pertanian, telah berhasil membawa Kementerian Pertanian sebagai institusi yang prestise.

I Ketut Kariyasa, Dr., Ir., M.Si., lahir di Kuwum, Marga, Tabanan, Bali pada 19 April 1969 dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Pertanian pada tahun 1991 dari Institut Pertanian Bogor (IPB). Pendidikan S2 pada bidang yang sama ditempuh di universitas yang sama, juga pada tahun 2003. Pendidikan S3 pada Agricultural Economics ditempuh dalam waktu 2 tahun 8 bulan (2011) di University of the Philippines Los Banos (UPLB)

dengan predikat Summa Cum Laude. Selama di UPLB pernah menjadi mahasiswa terbaik untuk Summer Program in Economics (SPE). Menjadi Life Membership of Gamma Sigma Delta, the Honor Society of Agriculture, dan juga sebagai Member of The International Honor Society of Phi Kappa Phi. Selain aktif sebagai peneliti, penulis pernah menjabat sebagai Kepala Subbidang Pendayagunaan Hasil Penelitian di Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian (2005-2007), Kepala Subbidang Monitoring dan Pelaporan di Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian (2007-2008), Koordinator Research Collaboration and Policy Support-SMARTD (2012-2013), Kepala Bidang Kerjasama dan Pendayagunaan Hasil Penelitian di Pusat Penelitian dan Pengembangan Tanaman Pangan (2013-2014), serta Kepala Bidang Program dan Evaluasi di Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian (2014-2018). Saat ini menjabat sebagai Kepala Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian di Kementerian Pertanian. Pada penelitian, jenjang Fungsional Peneliti Ahli Utama dicapainya sejak tahun 2014 dengan kepakaran Ekonomi Pertanian. Selain itu, penulis juga sebagai penguji luar dan pembimbing mahasiswa S3 dan S2 di IPB.

Kasdi Subagyo, Dr., Ir., M.Sc., mendapatkan gelar sarjana pada tahun 1988 dari Universitas Brawijaya, Malang. Kemudian melanjutkan studi jenjang S2 di Gent Universiteit, Belgia dan selesai pada tahun 1996. Gelar doktor diperoleh pada tahun 2003 dari Tsukuba University, Jepang. Jenjang fungsional pada saat ini adalah Peneliti Madya yang diperoleh terhitung mulai 1 November 2005. Pada saat ini menjabat sebagai Kepala Biro Perencanaan Sekretariat Jenderal Kementerian Pertanian sejak 30 Januari 2014. Sebelumnya menjabat Sekretaris Badan Litbang Pertanian sejak Februari 2013 dan pernah menjabat sebagai Kepala Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian. Jabatan lainnya yang pernah diemban di antaranya Kepala BPTP Jawa Tengah, Kepala BPTP Jawa Barat (2007-2009), dan Kepala Balitklimat (2005-2007).

Hermanto, Dr., M.S., Ir., lahir di Pekalongan pada tahun 1955. Mendapatkan gelar insinyur pada Fakultas Perikanan IPB tahun 1978. Mendapatkan gelar MS bidang Ekonomi Pertanian di IPB tahun 1984, dan meraih gelar doktor bidang Agriculture and Applied Economics di University of Minnesota, USA pada tahun 1990. Semenjak tahun 1978 bekerja sebagai peneliti ekonomi pertanian di Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian, Bogor. Pada tahun 1998 pernah menjabat sebagai Kepala Balai Pengkajian Teknologi Pertanian di Jawa Tengah. Pada tahun 2000 mendapat tugas baru sebagai Kepala Pusat Distribusi Pangan, Badan Ketahanan Pangan, Kementerian Pertanian. Pada tahun 2005 mendapat alih tugas sebagai Sekretaris Badan Ketahanan Pangan. Pada tahun 2012 kembali sebagai pejabat fungsional Peneliti Madya pada Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian. Menulis beberapa karya tulis ilmiah di antaranya: (1) Peran Cadangan Beras Darurat di Kawasan Asia Tenggara (2014); (2) Ketahanan Pangan Indonesia di Kawasan ASEAN (2015); dan (3) Pengentasan Kemiskinan di Perdesaan: Pengembangan SDM, Penguatan Usaha, dan Inovasi Pertanian (2017). Ketiga karya tulis ilmiah tersebut terbit di Forum Penelitian Agro Ekonomi. Penulis juga menjadi anggota dewan redaksi pada majalah ilmiah Analisis Kebijakan Pertanian sejak tahun 2014. Penulis mempunyai seorang istri bernama Karyani dan dianugrahi dua orang anak, yaitu Dian Kusumaningrum dan Dhana Putrakusuma, serta seorang cucu bernama Naila Kusumadewi Ramdani.

Adang Agustian, Dr. Ir. M.P., lahir di Sumedang pada 2 September 1967. Sejak tahun 1992 bekerja di Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian (PSEKP), Kementerian Pertanian, dan saat ini tercatat sebagai pejabat fungsional Peneliti Madya pada Kelompok Peneliti Kebijakan Sumber Daya dan Manajemen Agribisnis. Menyelesaikan pendidikan Sarjana Pertanian (Ir) pada jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Institut Pertanian Bogor pada tahun 1992 dengan predikat sangat memuaskan. Gelar Magister Pertanian (MP) di bidang Ekonomi Pertanian diperoleh dari

Universitas Gadjah Mada (UGM) tahun 2001 dengan predikat kelulusan Cum Laude dan pada tahun 2012 memperoleh gelar doktor (Dr) di bidang Ekonomi Pertanian, Institut Pertanian Bogor (IPB) dengan predikat Cum Laude dan sebagai lulusan terbaik. Mendapat tanda kehormatan Satyalancana Karya Satya XX tahun 2016. Penulis menikah dengan Nurul Kh dan dikaruniai dua orang anak, yaitu M. Ikrar Nur Fikri dan Annisa Nur Aqilah. Penulis juga aktif pada berbagai penelitian dan menulis di berbagai media publikasi ilmiah bidang ekonomi dan kebijakan pertanian. Karya tulis yang pernah dipublikasi antara lain Pengembangan Bioenergi di Sektor Pertanian (2015) dan Analisis Daya Saing Usaha Tani Jagung di Indonesia (2014). Kedua karya tulis ilmiah tersebut terbit di Jurnal Analisis Kebijakan Pertanian. Saat ini penulis juga menjadi anggota dewan redaksi pada Jurnal Agroekonomi (JAE) di Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian, Kementerian Pertanian.

Iwan Setiajie Anugrah, Dr. Ir. M.P., lahir di Sumedang pada 27 Februari 1966. Bekerja di Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian, Sekretariat Jenderal Kementerian Pertanian sejak tahun 1992 dan saat ini tercatat sebagai pejabat fungsional Peneliti Madya pada Kelompok Peneliti Kebijakan Sumber Daya dan Manajemen Agribisnis. Menyelesaikan pendidikan sarjana (S1) pada tahun 1991 dan pendidikan master (S2) tahun 2002 di Program Studi Ilmu Ekonomi Pertanian, BKU Ilmu Ekonomi Pembangunan Pertanian, Program Pascasarjana Universitas Padjadjaran, Bandung. Pendidikan strata-3 (S3) diselesaikan di Institut Pertanian Bogor, Program Studi/Mayor Komunikasi Pembangunan Pertanian dan Pedesaan pada tahun 2015 dengan pendalaman materi disertasi pada Komunikasi Politik Pembangunan Pertanian. Pengalaman jabatan struktural dijalankan selama menjadi Kepala Subbidang Monitoring Evaluasi dan Pelaporan (Monev) di Balai Besar Pengkajian dan Penerapan Teknologi Pertanian (BBP2TP), Badan Penelitian dan Pengembangan (Litbang) Pertanian tahun 2006-2007, selanjutnya menjadi Kepala Subbidang Pendayagunaan

Hasil Analisis di Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian pada tahun 2007-2010. Beberapa tulisan ilmiah yang sudah dipublikasikan di antaranya pada International Journal of Research in Social Science (IJRSS) July, 2015, Vol. 5 No. 5 dengan judul “Political Communication in Decision Making: Model of Prima Tani into Program and Agricultural Development Policy in Bali Province, Indonesia”. Kemudian tulisan yang berjudul “Sistem Pertanian Terintegrasi-Simantri: Konsep, Pelaksanaan, dan Peranannya dalam Pembangunan Pertanian di Provinsi Bali”, terbit di jurnal terakreditasi Forum Penelitian Agro Ekonomi (FAE) Vol. 32 No. 2, Desember 2014. Tulisan lainnya tentang “Sistem Resi Gudang dalam Prespektif Kelembagaan Pengelola dan Pengguna di Kabupaten Subang”, terbit di jurnal Analisis Kebijakan Pertanian (AKP) Vol. 13 No. 1, Juni 2015.

Inti Pertiwi Nashwari, Dr, M.Si., S.P., lahir di Jakarta pada tahun 1978. Mendapatkan gelar Sarjana Pertanian (SP) pada program studi Agribisnis, jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, IPB tahun 2000. Mendapatkan gelar Magister Sains (M.Si) bidang Ekonomi Pertanian di IPB tahun 2003, dan meraih gelar Doktor Ilmu Perencanaan dan Pembangunan Wilayah dan Pedesaan di IPB pada tahun 2016. Selama menjalani studi strata-2 di IPB, sempat menjadi pengajar mata kuliah Ekonomi Umum di IPB sampai tahun 2003. Semenjak tahun 2003 menjadi PNS pada Pusat Distribusi Pangan, Badan Ketahanan Pangan, Kementerian Pertanian. Pada tahun 2008 pernah menjabat sebagai Kepala Subbidang Cadangan Pangan Pemerintah. Pada tahun 2011 dipindahkan menjadi Kepala Subbidang Analisis Kerawanan Pangan. Saat ini penulis menjabat sebagai Kepala Bidang Distribusi Pangan, Pusat Distribusi dan Cadangan Pangan, Badan Ketahanan Pangan, Kementerian Pertanian, dan juga dipercaya sebagai Manajer Toko Tani Indonesia Center sejak tahun 2017. Penulis menikah dengan Yaddi Akhmad Ghazali, S.T., M.T. dan dianugerahi dua orang anak, yaitu Nafeeza Ghassani dan Edgar Ghaissan.

Sam Herodian, Dr., adalah Tim Pakar Upsus Kementan sejak 2015 yang sebelumnya menjabat sebagai Dekan Fakultas Teknologi Pertanian IPB sejak 2007-2015. Meraih gelar Sarjana Pertanian Bidang Mekanisasi Pertanian pada tahun 1986, gelar Master pada tahun 1991 di Bidang Keteknikan Pertanian, dan meraih gelar Doktor tahun 1995 dari Tokyo University of Agriculture and Technology Labor Science.

serverlib/psekp/