

Strategi Pengembangan Sub Terminal Agribisnis (STA) Salak Pondoh di Kabupaten Sleman

<https://doi.org/10.18196/agr.3249>

ABSTRACT

The purpose of this study is to know the existing conditions and to identify need of assessments for Sub Terminal Agribisnis (STA) Tempel in Sleman Regency. Data were collected through direct observation, focus group discussion (FGD) and study documents from related institutions. The existing conditions of STA Tempel was analyzed qualitatively and quantitatively, while need of assessment for STA Tempel was analyzed by SWOT. The results showed that STA Tempel has not been able to perform the function properly. To improve the performance, STA Tempel must increase function of marketing of agricultural commodities; integrate with other trading activities; develop promotion; optimize of human resource functions; build modern facilities and infrastructures; and optimize the role of STA as a training and education center.

Keywords: *existing condition, need of assessments, STA Tempel, strategy.*

INTISARI

Studi ini bertujuan untuk mengetahui kondisi *existing* dan *need of assessments* Sub Terminal Agribisnis (STA) Tempel di Kabupaten Sleman. Pengumpulan data diperoleh melalui observasi langsung dan *focus group discussion* (FGD) serta studi dokumen dari instansi terkait. Kondisi *existing* STA Tempel dianalisis secara kualitatif dan kuantitatif, sedangkan *need of assessments* STA Tempel dianalisis dengan SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa STA Tempel belum mampu melaksanakan fungsinya secara optimal dan manfaatnya belum dirasakan petani. Peningkatan kinerja STA Tempel dilakukan dengan peningkatan fungsi pemasaran komoditas pertanian; integrasi dengan kegiatan perdagangan lain; pengembangan promosi produk; optimalisasi fungsi sumber daya manusia (SDM) pengelola dan anggota; membangun sarana dan prasarana modern; dan optimalisasi peran STA sebagai pusat pelatihan dan pendidikan.

Kata kunci: *kondisi existing, need of assessments, STA Tempel, strategi.*

PENDAHULUAN

Menurut Badan Agribisnis Departemen Pertanian, selama ini pemasaran bidang pertanian mempunyai mata rantai yang panjang, mulai dari petani, pedagang pengumpul, pedagang besar sampai konsumen, sehingga keuntungan yang diperoleh petani relatif kecil. Di sisi lain, konsumen harus membayar lebih mahal dari harga yang selayaknya karena setiap lembaga mengambil keuntungan dalam proses pemasaran. Fluktuasi harga produk pertanian di tingkat petani lebih tinggi daripada harga di tingkat konsumen (Susanawati, Jamhari, Masyhuri & Darwanto, 2015). Salah satu upaya untuk meningkatkan efisiensi pemasaran dan nilai tambah petani adalah dengan mengembangkan infrastruktur pemasaran seperti Sub Terminal Agribisnis (STA).

Berdasarkan konsep Badan Agribisnis Departemen Pertanian, STA sebagai infrastruktur pemasaran diharapkan bermanfaat untuk lima aspek. Pertama, STA memperlancar kegiatan dan meningkatkan efisiensi pemasaran komoditas agribisnis karena mencakup sebagai pusat transaksi hasil-hasil agribisnis;

memperbaiki struktur pasar, cara dan jaringan pemasaran; sebagai pusat informasi pertanian serta sebagai sarana promosi produk pertanian. Kedua, STA mempermudah pembinaan mutu hasil-hasil agribisnis yang meliputi; penyediaan tempat sortasi dan pengemasan; penyediaan air bersih, es, gudang, *cool room* dan *cold storage*; melatih para petani dan pedagang dalam penanganan dan pengemasan hasil pertanian. Ketiga, STA menjadi wadah bagi pelaku agribisnis untuk merancang bangun pengembangan agribisnis, menyinkronkan permintaan pasar dengan manajemen lahan, pola tanam, kebutuhan sarana produksi dan permodalan serta peningkatan SDM pemasaran. Keempat, STA meningkatkan peningkatan pendapatan daerah melalui jasa pelayanan pemasaran. Terakhir, STA mendorong pengembangan agribisnis dan wilayah.

Studi sebelumnya menunjukkan peranan penting STA di beberapa wilayah. Di Kabupaten Tuban, STA berperan penting dalam upaya pengembangan agroindustri perikanan laut secara terpadu di Kecamatan Tambakboyo (Fatih, 2010). STA di wilayah tersebut terdiri dari mitra pasar, koperasi dan industri besar sebagai tempat pemasaran bagi produk yang dihasilkan oleh kelompok usaha agroindustri tersebut. Di Kabupaten Sikka, STA berhasil meningkatkan kinerja pemasaran meningkatkan pendapatan masyarakat (Noni, Darmawan & Suarthana, 2013). Keberhasilan pembangunan STA didukung faktor *man, money, method, machines, dan market*. Di Kabupaten Magelang, pedagang pengguna STA sangat puas terhadap kinerja pengelola STA, khususnya pada aspek kenyamanan tempat, tingkat pelayanan dan harga sewa lokasi (Suranto, 2010).

Namun, beberapa studi menunjukkan tidak semua STA memiliki kinerja memuaskan. Pemasaran sayuran wortel di STA Kabupaten Karanganyar menunjukkan nilai elastisitas transmisi harga kurang dari 1, artinya laju perubahan harga di tingkat petani lebih kecil dari laju perubahan harga di tingkat konsumen dan pasar berbentuk pasar persaingan tidak sempurna (Cahyono, Kusnandar, & Sri, 2013). Hasil analisis margin pemasaran, *farmer's share*, efisiensi operasional, dan efisiensi harga menunjukkan bahwa secara umum pemasaran di STA Karanganyar belum efisien.

Selain faktor manajemen pengelola, ada beberapa faktor yang menyebabkan STA di Indonesia kurang berkembang. Faktor-faktor tersebut antara lain: (i) petani maupun para pelaku kegiatan tata niaga lainnya masih melakukan pemasaran langsung kepada pedagang pengumpul, bahkan langsung ke pedagang besar yang datang ke lokasi produksi; (ii) ketergantungan petani dalam sistem permodalan usahatani terhadap pinjaman dari pemilik modal yang

sekaligus sebagai pedagang, sehingga untuk mengembalikan modal maka penjualan hasil produksi banyak dilakukan kepada pedagang pemberi modal; (iii) keberadaan dan fungsi STA belum banyak diketahui oleh sebagian petani karena lokasi STA yang kurang strategis (Pujihanto, 2010). Faktor lainnya yaitu perubahan iklim dan cuaca yang tidak menentu dan harga jual produk yang fluktuatif (Bank Indonesia, 2015).

Dengan melihat berbagai keadaan STA di Indonesia, maka menjadi suatu hal yang menarik untuk mengkaji STA Tempel. Pada awal pendirian, STA ini diharapkan dapat membantu memperpendek saluran pemasaran produk pertanian di Sleman, terutama salak pondoh. Namun, STA Tempel belum beroperasi secara optimal, sehingga dampak keberadaan fasilitas ini belum dirasakan berbagai lembaga pemasaran pertanian, terutama petani. Dengan melihat kondisi tersebut, diperlukan studi untuk mengetahui kondisi *existing* dan mengidentifikasi kebutuhan (*need assessments*) STA Tempel di Kabupaten Sleman.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni-September tahun 2015. Pengumpulan data melalui observasi langsung dan FGD dengan melibatkan Bappeda, pengelola STA, Dinas Teknis dan kelompok tani di Kabupaten Sleman. Selain itu juga dilakukan studi dokumen dari instansi terkait.

Kondisi *existing* STA Tempel dianalisis secara kualitatif berdasarkan wawancara dengan instansi terkait, pengelola STA, kelompok tani, asosiasi dan pengusaha. Analisis kuantitatif juga dilakukan berdasarkan data yang dikumpulkan dari instansi terkait, terutama kajian/studi terdahulu yang berkaitan dengan kajian ini meliputi *Feasible Study* STA Tempel, Peraturan Bupati/Keputusan Kepala Dinas tentang STA dan Komoditas Unggulan, Rencana Pengembangan Komoditas Potensial di Sleman Timur, Pengembangan Kawasan Sentra Produksi Pertanian Lereng Merapi Bagian Selatan, serta Pengembangan Komoditas Pertanian Unggulan Kabupaten Sleman. Identifikasi kebutuhan (*need assessments*) dan rekomendasi dalam rangka pengembangan STA Tempel dianalisis dengan SWOT (Tabel 1). Melalui analisis SWOT, diperoleh strategi yang tepat dalam pengembangan STA Tempel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

PROFIL STA TEMPEL

STA Tempel di Kabupaten Sleman didirikan tahun 2006 dengan bentuk kelembagaan berupa Unit Pelaksana Teknis (UPT) dari Dinas Pertanian Perikanan dan Kehutanan.

TABEL 1. MATRIKS SWOT

<i>Internal Factors</i>	<i>Strengths(S)</i>	<i>Weaknesses(W)</i>
<i>External Factors</i>	Strategi SO Strategi menggunakan kekuatan yang ada untuk memanfaatkan peluang pengembangan STA Tempel	Strategi WO Strategi menggunakan kekuatan yang ada untuk mengurangi kelemahan dalam pengembangan STA Tempel
<i>Opportunities(O)</i>	Strategi ST Strategi menggunakan kekuatan yang ada dalam menghadapi ancaman pengembangan STA Tempel	Strategi WT Strategi untuk mengurangi kelemahan yang ada dalam menghadapi ancaman pengembangan STA Tempel
<i>Threats(T)</i>		

Berdasarkan dokumen awal pendirian, STA Tempel pada awalnya diarahkan sebagai Terminal Agribisnis (TA). Menurut dokumen *feasibility study* (FS) STA Tempel dalam kategori layak baik secara finansial, sosio kultural dan kelembagaan. Dilihat secara finansial, STA ini menguntungkan ditunjukkan oleh B/C *ratio* 1,29 dengan periode kembali modal sekitar 8 tahun 3 bulan dari tahun awal pendirian STA. STA Tempel merupakan UPT yang mempunyai tugas pokok dan fungsi (Tupoksi) bidang promosi dan pemasaran, antara lain:

- sebagai tempat transaksi dan jual beli dengan menyediakan tempat bagi produsen dan konsumen untuk transaksi hasil komoditas pertanian secara berkelanjutan, sebagai jalur distribusi produksi pertanian, meningkatkan pendapatan petani produsen, memberikan kemudahan, kenyamanan dan perlindungan bagi konsumen serta sebagai pusat kegiatan penanganan pascapanen (*sorting*, *grading*, pengepakan dan *cold storage*),
- sebagai pusat informasi bagi produsen dan konsumen mengenai volume, macam, waktu ketersediaan, komoditas yang ditawarkan, serta sebagai forum komunikasi antara kelompok petani dan produsen,
- sebagai tempat pendidikan yang berfungsi untuk pelatihan bagi masyarakat dalam meningkatkan hasil pertanian, pengelolaan, pemasaran dan manajemen, serta tempat magang bagi masyarakat untuk mengetahui proses kegiatan pemasaran,
- sebagai tempat pariwisata yang berfungsi untuk *rest area* dan pameran hasil pertanian.

STA Tempel dijalankan dengan pendanaan dari APBD, sedangkan target pendapatan yang ditetapkan Pemkab Sleman untuk STA Tempel sebesar Rp 25 juta per tahun. Untuk mencapai target PAD, maka kegiatan utama yang dilakukan STA Tempel adalah budidaya buah naga. Kegiatan ini sebenarnya tidak sesuai dengan fungsi STA sebagai

lembaga pemasaran, namun pada kenyataannya budidaya buah naga menjadi sumber pendapatan utama yang dihasilkan oleh STA.

KONDISI EXISTING DAN NEED ASSESMENTS STA TEMPEL

Secara umum, fungsi yang seharusnya dilaksanakan STA Tempel belum berjalan dengan baik. Daya tarik STA untuk petani masih rendah, hal tersebut terlihat dari rendahnya tingkat partisipasi petani untuk melakukan aktivitas pemasaran dan pencarian informasi harga melalui STA. Hal ini terjadi karena petani sudah memiliki alternatif pemasaran dan sumber informasi pasar yang mudah dicapai dan lebih aktual. Keadaan tersebut hampir sama dengan keadaan di STA Mantung. Petani cenderung mengutamakan sistem pemasaran kelembagaan tradisional dibandingkan STA Mantung dikarenakan ketersediaan informasi harga dan kemudahan prosedur transaksi yang ditawarkan pada kelembagaan tradisional, dimana hal ini diduga karena belum berfungsinya layanan pada STA Mantung, seperti layanan lelang dan informasi harga (Anindita, 2008).

TABEL 2. EKSPOR SALAK PONDOK STA TEMPEL

No.	Bulan	Kuantitas (kuintal)
Tujuan Singapura		
1	Januari 2015	2.340
2	Februari 2015	1.850
3	Maret 2015	3.070
4	April 2015	2.060
5	Mei 2015	1.980
Tujuan Cina		
1	Januari 2015	6.150

Sumber: Asosiasi Prima Sembada (2015)

Sebagai tempat transaksi, pada kenyataannya saat ini STA tidak melakukan transaksi jual beli produk pertanian dari

petani. STA lebih fokus pada kegiatan penjualan buah naga hasil kebun di STA. Padahal, potensi untuk membantu transaksi penjualan komoditas lain juga sangat besar. Salah satunya adalah salak pondoh yang sudah dapat diekspor ke Singapura dan Cina dengan kuantitas yang cukup besar (Tabel 2).

STA berperan dalam memaparkan jenis, kuantitas dan harga komoditas yang tersedia di Sleman. Namun, pada kenyataannya fungsi ini juga tidak berjalan. Sebagai tempat pendidikan, kuantitas pelatihan yang diadakan STA tiap tahunnya masih sedikit, padahal pelatihan sangat diperlukan oleh petani, baik tentang budidaya maupun pascapanen serta pemasaran produk.

SUMBER DAYA MANUSIA

Struktur organisasi ideal STA pada awal pendirian sesuai *feasibility study* seperti pada bagan dalam Gambar 1. Pada kenyataannya, struktur organisasi STA belum terbentuk secara ideal. Saat ini STA hanya terdiri dari kepala dan 3 orang staf. Jumlah tersebut masih kurang untuk menjalankan tugas STA. Secara kualitas, diperlukan pegawai yang ahli dalam bisnis untuk menjalankan fungsi STA sebagai lembaga transaksi dan jual beli. STA juga membutuhkan ahli dalam bidang teknologi informasi untuk menjalankan fungsi informasi baik secara *offline* (langsung tatap muka dengan produsen dan konsumen) maupun secara *online* (melalui media informasi website, media sosial, dan lainnya).

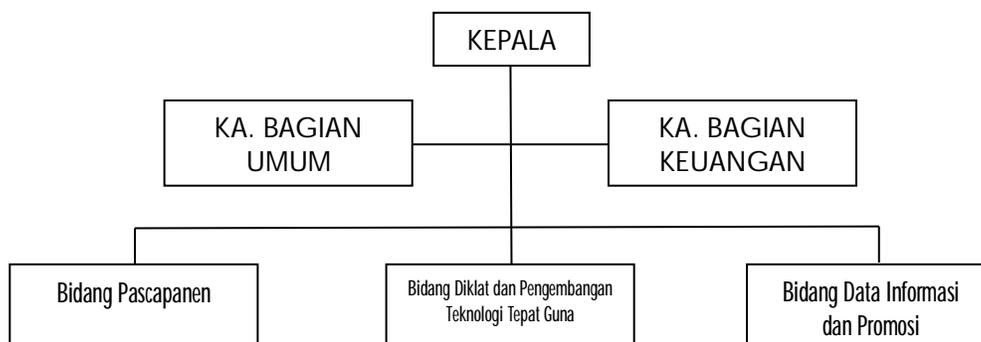
SARANA PRASARANA

Pada awal pendirian, STA memiliki beberapa fasilitas penunjang yang wajib dimiliki untuk menjalankan fungsi transaksi, informasi, pendidikan dan pariwisata. Berdasarkan

TABEL 3. KEADAAN SARANA PRASARAN STA TAHUN 2015

No	Fasilitas	Keadaan saat ini
1	Gudang penampungan dan sortasi 3 buah @ 8 x 16 m ²	Hanya 1, tidak memenuhi syarat
2	Pengemasan @ 8 x 20 m ²	Tidak ada
3	Cold Storage @ 4 x 8 m ²	Tidak ada
4	Los pelelangan 4 buah 50 m ²	Ada
5	Gedung serba guna	Tidak ada
6	Penginapan (10 kamar)	Tidak ada
7	Mushola 8 x 8 m ²	Tidak ada
8	Kantor Pengelola	Ada
9	Pusat Informasi Perdagangan	Tidak ada
10	Pusat Informasi Swasta	Tidak ada
11	Kios Souvenir/Salak Pondoh 10 buah @ 5 x 5 m ² 14 buah @ 6 x 4 m ² 4 buah @ 3 x 4 m ²	Tidak ada
12	Sirkulasi	Tidak ada
13	Rumah Makan	Tidak ada
14	Ruang Pameran	Tidak ada
15	MCK 2 buah @ 32 m ²	Ada

kriteria kepemilikan fasilitas ideal, jelas terlihat bahwa banyak fasilitas penunjang yang tidak dimiliki oleh STA untuk menjalankan fungsi idealnya (Tabel 3). Hal ini terjadi karena sumber dana untuk pengembangan fasilitas yang dimiliki STA hanya diperoleh dari APBD dimana jumlah dana yang didapatkan belum cukup untuk mewujudkan fasilitas sesuai dengan *feasibility study* yang telah dibuat. Keterbatasan pendanaan STA menjadi salah satu faktor penghambat dalam menjalankan fungsi sesuai dengan rencana pembangunan. Pemerintah Kabupaten Sleman sebenarnya dapat memberikan kesempatan kepada pihak swasta untuk berkontribusi bagi kemajuan STA melalui investasi sarana prasarana.



GAMBAR 1. STRUKTUR ORGANISASI AWAL STA

TABEL 4. MATRIKS SWOT STA TEMPEL

<p>Internal Factors</p>	<p>Strengths(S)</p> <ol style="list-style-type: none"> Potensi hasil dan perdagangan komoditas pertanian di Sleman cukup bervariasi dengan kuantitas dan kualitas cukup baik Lembaga pertanian di sekitar lokasi STA cukup banyak Lokasi STA Tempel strategis, yakni dekat dengan sentra komoditas dan jalan akses utama lalu lintas Komitmen Pemkab untuk meningkatkan daya saing produk dan kesejahteraan petani Kualitas SDM instansi pemerintah serta masyarakat cukup baik 	<p>Weaknesses(W)</p> <ol style="list-style-type: none"> Daya tarik STA masih rendah karena kemanfaatan belum dirasakan oleh petani STA belum dijalankan dengan orientasi bisnis, masih terfokus pada fungsi layanan, informasi dan konsultasi, sehingga peran STA masih rendah Penyebaran informasi STA kepada anggota berjalan lambat Fasilitas dan pendanaan STA terbatas Jumlah tenaga kerja STA sedikit
<p>External Factors</p> <p>Opportunities(O)</p> <ol style="list-style-type: none"> Peningkatan permintaan konsumen untuk berbagai komoditas pertanian baik konsumen langsung, supermarket maupun hotel Komoditas salak pondoh Sleman telah menembus pasar ekspor 	<p>Strategi SO</p> <p>Melakukan pemasaran komoditas pertanian</p>	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> Optimalisasi peran STA sebagai pusat pelatihan dan pendidikan Membangun sarana dan prasana modern sesuai tupoksi Optimalisasi fungsi SDM pengelola dan anggota
<p>Threats(T)</p> <ol style="list-style-type: none"> Perkembangan STA di wilayah lain cukup cepat Sleman memiliki beberapa wilayah pasar komoditas pertanian Mengkoordinir petani atau asosiasi di Sleman yang telah memiliki pasar tersendiri 	<p>Strategi ST</p> <p>Melakukan integrasi dengan kegiatan perdagangan lain</p>	<p>Strategi WT</p> <p>Pengembangan promosi produk</p>

Hambatan dalam akses masuk ke STA merupakan masalah yang perlu diperhatikan. Jalan akses masuk ke STA sangat kecil, sehingga menyulitkan kendaraan pengangkut komoditas masuk ke STA. Untuk mengatasi hal tersebut sekaligus mengurangi kemacetan, diperlukan pemisahan akses keluar-masuk STA dengan membangun akses jalan yang baru.

Selain sarana prasarana fisik, STA Tempel yang berfungsi sebagai lembaga pemasaran saat ini telah memiliki website, namun website tersebut belum dikelola secara profesional. Website STA yang berfungsi sebagai sarana transaksi-jual beli *online* dan penyebaran informasi seharusnya memuat gambaran tentang komoditas di Sleman. Idealnya website tersebut memuat informasi tentang harga, jumlah penawaran dan juga jumlah permintaan. Informasi tersebut harus dapat diakses secara mudah oleh pedagang besar, pedagang pengumpul dan petani, disertai dengan pelatihan atau panduan untuk mengaksesnya. Apabila penyebaran informasi melalui internet tidak memungkinkan untuk dikembangkan, maka untuk

mendukung fungsi transaksi-jual beli tersebut dapat dilakukan melalui sms. Sarana penyebaran informasi lain adalah dengan membuka peluang penyampaian informasi pertanian di radio.

ANALISIS SWOT DAN STRATEGI PENGEMBANGAN

Hasil identifikasi kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*), dan peluang (*opportunities*) serta ancaman (*threat*) STA Tempel yang diperoleh melalui FGD, wawancara, dan pengamatan data sekunder dijabarkan pada Tabel 4. Alternatif strategi yang dirumuskan untuk mengembangkan STA ada enam, yaitu: i) melakukan pemasaran komoditas pertanian, ii) optimalisasi peran STA sebagai pusat pelatihan dan pendidikan, iii) membangun sarana dan prasana modern sesuai tupoksi, iv) optimalisasi fungsi SDM pengelola dan anggota, v) melakukan integrasi dengan kegiatan perdagangan lain, dan vi) mengembangkan kegiatan promosi produk.

1. Melakukan pemasaran komoditas pertanian

Posisi utama STA adalah sebagai lembaga pemasaran komoditas pertanian, namun fungsi ini belum dijalankan sepenuhnya oleh STA. Untuk menjadi lembaga pemasaran, STA dapat melakukan transaksi jual beli fisik baik secara langsung maupun tidak langsung. Jual beli fisik secara langsung berupa STA mempertemukan petani dengan konsumen yang dapat dilakukan dengan membuat pasar lelang. Pada dua model pemasaran tersebut, langkah awal yang harus dilakukan adalah identifikasi informasi komoditas potensial pertanian dan SDM, pengumpulan, penyusunan dan sosialisasi sistem jaringan informasi data kelompok tani, kualitas dan kuantitas, harga hasil produk serta ketersediaan produk setiap waktu.

Petani salak pondoh dalam memasarkan hasil produksinya dikoordinir oleh ketua kelompok tani. Data dan sampel produk yang akan ditawarkan kepada pembeli dikelola oleh ketua kelompok tani, untuk selanjutnya diserahkan kepada petugas lelang. Kelompok tani bertugas untuk mengkoordinir jumlah produksi dan melakukan seleksi terhadap produk sesuai dengan kriteria kualitas produk. Kegiatan ini dapat memberikan motivasi bagi petani untuk meningkatkan kualitas produk sekaligus memfungsikan kelompok tani.

Fungsi STA sebagai pasar lelang adalah mempertemukan antara pedagang dengan kelompok tani atau asosiasi. Petani atau asosiasi di Sleman memang telah memiliki pasar masing-masing, namun dalam kuantitas kecil dan kontinuitas tidak terjaga. Peran STA di sini sangat dibutuhkan, yakni membuat kemitraan dengan pedagang atau perusahaan besar. STA harus memiliki informasi data harga pasar serta perkiraan produksi, sehingga para pembeli mendapatkan informasi yang jelas. STA harus mampu mengatur sepenuhnya proses transaksi antara petani yang diwakili kelompok tani dengan beberapa pedagang, melalui ketentuan yang sudah disepakati sebelumnya. Transaksi dilakukan di STA, namun penyerahan barang dilakukan kelompok tani atau asosiasi di masing-masing lokasi sentra produksi. STA memiliki peluang untuk mendapatkan pemasukan dengan menerapkan sistem komisi dari besaran komoditas yang terjual melalui STA. Selain itu, STA juga menjadi lembaga penghubung antara petani dengan lembaga keuangan yakni memberikan rekomendasi modal yang dibutuhkan sesuai dengan jumlah produksi yang dapat dijual di tingkat pasar induk.

STA harus dapat mengatur sepenuhnya proses lelang dan transaksi antara petani yang diwakili oleh kelompok tani dengan pedagang melalui ketentuan yang disepakati, misalnya tentang kriteria kualitas produk. STA harus dapat mendistribusikan kebutuhan produk dari pedagang, sehingga secara tidak langsung peran STA adalah sebagai stabilitator

kontinuitas produk dan ketersediaan produk di tingkat pasar serta konsumen yang berakhir pada pembentukan harga yang relatif stabil.

Kebutuhan operasional pasar lelang dicukupi dari bagian yang diterima oleh pasar lelang melalui kesepakatan. Bagian yang dapat diterima berasal dari transaksi, pendaftaran pelelangan, sewa ongkos angkut, dan registrasi internal para pemilik barang dengan pasar lelang sesuai besaran yang disepakati bersama.

Aktivitas tidak langsung berupa transaksi secara *online*, yakni dengan melalui *website* atau situs STA. *Website* merupakan salah satu kebutuhan untuk meningkatkan fungsi STA baik sebagai lembaga layanan, konsultasi maupun sebagai lembaga pemasaran. *Website* yang ada saat ini dikelola di bawah Dinas Pertanian Kabupaten Sleman, sehingga tidak mencerminkan STA secara menyeluruh. Selain itu, *website* saat ini memiliki tampilan yang relatif sederhana dan kurang menarik. Rencana yang dapat diterapkan oleh STA adalah dengan membuat *website* secara mandiri melalui tenaga ahli profesional atau penyedia layanan pengelola *website* yang menampilkan gambaran STA secara mendetail sesuai tupoksi.

Untuk mempersiapkan *website* yang optimal, diperlukan database lengkap tentang komoditas pertanian dan potensi pasar, serta optimalisasi SDM untuk mengelola *website*. STA dapat menyediakan database pasar dengan rutin melakukan riset pasar. Hal ini sangat diperlukan oleh para pelaku agribisnis seperti dalam penelitian Fauzi, Baga, & Tinaprilla (2016) tentang pengembangan agribisnis kentang merah di Kabupaten Solok. Salah satu strategi untuk mengetahui peluang dan meminimalkan kelemahan serta respon masyarakat terhadap pengembangan agribisnis kentang merah, maka pelaku dapat memasarkan produknya secara lebih luas melalui riset pasar.

2. Melakukan integrasi dengan kegiatan perdagangan lain

Kelompok tani dan asosiasi komoditas serta perusahaan pertanian lain memiliki aktivitas di bidang pertanian yang cukup lama. Kelompok tani sebagai penyuplai komoditas hasil pertanian serta olahannya selama ini memasarkan produk secara mandiri maupun melalui pedagang perantara, sedangkan asosiasi dan perusahaan pertanian merupakan lembaga pemasaran hasil pertanian. Kondisi tersebut merupakan peluang bagi STA untuk menjadikan para pelaku pertanian ini sebagai mitra. STA dapat menjadi mitra bagi petani dengan berperan sebagai lembaga pemasaran, STA juga dapat menjadi mitra asosiasi dan perusahaan pertanian dengan berperan sebagai penyuplai komoditas pertanian. Langkah lain yang dapat dilakukan adalah dengan

menyediakan kantor pemasaran bersama bagi asosiasi, sehingga mampu memasarkan produk pertanian baik dalam bentuk segar maupun olahan.

3. Pengembangan promosi produk

Potensi pertanian yang cukup besar tidak akan diketahui oleh masyarakat umum apabila tidak ada pengenalan dalam bentuk promosi produk. Selama ini promosi produk telah dilakukan dengan melaksanakan gelar produk di beberapa acara. Promosi membuat konsumen mengetahui produk pertanian yang ada di Sleman. Kegiatan ini perlu dilakukan secara terus-menerus untuk memperkenalkan produk dan mencari konsumen baru bagi pemasaran komoditas pertanian di Sleman. Daya jangkau promosi juga dilakukan dengan memanfaatkan sarana komunikasi seperti TV dan radio. Kegiatan promosi selanjutnya yang dibutuhkan adalah *branding* produk, sehingga produk pertanian di Sleman memiliki ciri khas dan memiliki daya saing dibandingkan komoditas pertanian di wilayah lain.

4. Optimalisasi fungsi SDM pengelola dan anggota

STA perlu meningkatkan kualitas pegawai dalam menjalankan fungsi yang ada. Dalam menjalankan fungsi transaksi jual beli, STA membutuhkan tenaga ahli dalam manajemen pengelolaan kerjasama dengan lembaga pertanian, tenaga ahli untuk mengelola pasar lelang dan pengelolaan outlet serta pasar. Terkait dengan fungsi informasi, maka dibutuhkan tenaga ahli dalam pengelolaan informasi pasar serta pengelolaan website. Untuk menjalankan fungsi pelatihan dan pendidikan, STA membutuhkan tenaga ahli dalam pengelolaan usaha pertanian mulai dari kegiatan budidaya, pascapanen serta pemasaran. STA Tempel perlu membekali para stafnya agar memiliki kemampuan untuk memberikan pelatihan-pelatihan baik pelatihan yang bersifat budidaya pertanian, maupun pascapanen seperti sortasi, grading, hingga pemasaran. Kegiatan studi banding ke STA lain juga perlu dilakukan untuk melihat manajemen STA di wilayah lain.

Kegiatan STA hingga saat ini belum melibatkan petani secara maksimal, sehingga rasa kepemilikan (*sense of belonging*) dan kebutuhan petani terhadap STA masih kecil. Keterlibatan petani menjadi sangat penting dalam pengembangan kelembagaan seperti kasus kelembagaan pasar lelang cabai merah di Kecamatan Panjatan. Lembaga tersebut tergolong efektif, hal tersebut ditunjukkan oleh 88,33% petani menilai lembaga pasar lelang memiliki keefektifan tinggi. Faktor-faktor yang berpengaruh secara nyata terhadap keefektifan lembaga pasar lelang cabai merah diantaranya

adalah sikap petani anggota terhadap lembaga pasar lelang dan juga peran ketua kelompok. Semakin positif sikap petani dan semakin tinggi peran ketua kelompok, maka lembaga pasar lelang semakin efektif (Devi, Subejo, & Harsoyo, 2015).

Dalam menjalankan fungsinya sebagai tempat pendidikan dan pelatihan, STA mendorong kelompok tani ataupun pelaku usaha pertanian lain sebagai objek. Kelompok tani ataupun pelaku usaha pertanian lain sangat membutuhkan pendidikan dan pelatihan dalam berbagai subsistem usaha pertanian mengingat persaingan perdagangan komoditas pertanian semakin ketat.



(a)



(b)

GAMBAR 2. DESAIN EXISTING STA (A) DAN PENGEMBANGAN STA TEMPEL (B)

5. Membangun sarana dan prasarana modern sesuai tupoksi

Sarana prasarana STA saat ini masih belum ideal, diperlukan berbagai penambahan dan perbaikan. Untuk menjalankan fungsi transaksi jual beli maka bangunan utama yang harus dimiliki STA dalam waktu dekat adalah gudang penyimpanan dan grading. Bangunan tersebut merupakan kebutuhan utama dari asosiasi dan kelompok tani dalam rangka menjual produk. Untuk menyiapkan bangunan gudang penyimpanan dan grading maka yang perlu dilakukan Pemkab Sleman dalam waktu dekat adalah Izin Mendirikan Bangunan untuk kedua gedung tersebut.

Sarana pengairan juga sangat diperlukan baik untuk membersihkan komoditas maupun pengairan kebun. Dalam rangka mencuci produk, dapat disiapkan instalasi air yang bersih dan kontinu sepanjang waktu, misal dengan sumur, sedangkan untuk pengairan kebun dilakukan dengan pembuatan embung.

Dalam rangka mengimplementasikan STA sebagai pusat pendidikan dan pelatihan, STA harus didukung oleh prasarana dan sarana yang dapat meningkatkan kuantitas dan kualitas pelatihan dan pendidikan. Oleh karena itu, penjelasan mengenai prasarana dan sarana harus ditelaah secara mendalam.

a) Ruang lingkup sarana STA sebagai pusat pendidikan dan pelatihan

Mencakup peralatan yang diperlukan sebagai kelengkapan tiap gedung dalam menjalankan fungsinya untuk meningkatkan kualitas dan relevansi hasil produk dan layanan yang dibagi dalam dua kelompok:

- 1) Sarana pembelajaran yang terdiri dari proses pelatihan dan pendidikan di ruang kelas berupa papan tulis, LCD proyektor, microphone, alat peraga; sarana praktek di lapangan terdiri dari lahan percobaan, alat-alat yang mendukung percobaan budidaya pertanian seperti cangkul, alat semprot, dan instalasi pengairan; ruang simulasi misal ruang untuk simulasi sortasi, simulasi pengemasan, dan simulasi pemasaran.
- 2) Sarana sumber pelatihan dan pendidikan yang terdiri dari buku teks, jurnal, majalah, lembar informasi, leaflet, dan internet.

b) Kebutuhan prasarana pelatihan

- 1) Prasarana bangunan meliputi lahan dan bangunan gedung yang meliputi ruang kantor pengelola, ruang tenaga pengajar, ruang simulasi, ruang perpustakaan, fasilitas kesehatan, fasilitas kebun percobaan dan prasarana olahraga.
- 2) Prasarana umum meliputi air, sanitasi, drainase, listrik, jaringan telekomunikasi, jaringan internet, parkir, dan taman.

c) Gambaran umum rencana fasilitasi STA sebagai pusat pendidikan dan pelatihan

- 1) Asrama gedung dengan kapasitas 100 kamar, masing-masing kamar mampu menampung 2 orang peserta, sehingga total kapasitas asrama sebanyak 200 orang.
- 2) Ruang kelas sebanyak 4 ruang dengan kapasitas 50 orang

per ruang yang dilengkapi dengan LCD projector, papan tulis dan microphone.

- 3) Ruang kantor pengelola STA
- 4) Ruang transit pengajar
- 5) LCD Projector sebanyak 6 buah
- 6) Layar/screen sebanyak 6 buah
- 7) Ruang perpustakaan
- 8) Masjid/mushola berkapasitas 300 orang
- 9) Free hotspot area
- 10) Ruang simulasi, sortasi, pengemasan, pemasaran, lelang dan lain-lain
- 11) Lahan percobaan
- 12) Fasilitas olahraga (lapangan sepak bola dan tenis)

Selain sebagai pelaksana pelatihan dan pendidikan khususnya untuk petani dan umumnya untuk masyarakat, STA juga memiliki potensi besar untuk menambah pendapatan apabila memiliki fasilitas prasarana dan sarana pelatihan yang memadai. STA dapat menyewakan fasilitas yang dimilikinya untuk digunakan sebagai lokasi pelatihan walaupun tidak berkaitan dengan pertanian.

6. Optimalisasi peran STA sebagai pusat pelatihan dan pendidikan

a) Pelatihan peningkatan sdm

Salah satu tujuan dari pelatihan dan pendidikan adalah untuk meningkatkan kemampuan pegawai agar sesuai dengan perkembangan teknologi. Pengembangan STA juga harus didasarkan pada perubahan teknologi yang terjadi di masyarakat saat ini, agar STA dapat berkembang terus mengikuti perubahan yang terjadi di masyarakat.

b) Pelatihan analisis usahatani

STA sebagai salah satu lembaga yang bertugas memberikan pelatihan bagi petani memiliki tugas untuk memberikan pengetahuan mengenai analisis usahatani kepada para petani. Materi yang dapat diberikan pada pelatihan analisis usahatani adalah sebagai berikut:

TABEL 5. MATERI PELATIHAN ANALISIS USAHATANI

No	Materi	Metode	Pembicara
1	Analisis Pembiayaan dan Keuntungan Usahatani	Ceramah, diskusi, praktek	Petugas STA, Dinas Pertanian, Penyuluh Pertanian
2	Analisis Kelayakan (<i>Break Even Point, Cash Return on Assets Ratio, Benefit Cost Ratio</i>)	Ceramah, diskusi, praktek	Petugas STA, Dinas Pertanian, Penyuluh Pertanian

c) *Pelatihan sortasi, pengemasan, dan pengolahan hasil pertanian*

Pascapanen hasil pertanian adalah semua kegiatan yang dilakukan sejak proses pemanenan hasil pertanian, sampai dengan proses yang menghasilkan produk setengah jadi. Kegiatan pascapanen meliputi panen, pengumpulan, perontokan/pemipilan, pengupasan, pencucian, sortasi, *grading*, pengangkutan, pengeringan, penggilingan, penepungan, pengemasan, dan penyimpanan.

TABEL 6. MATERI PELATIHAN SORTASI, *GRADING*, DAN PENGEMASAN

No	Materi	Metode Pelatihan	Pembicara
1	Metode sortasi yang terstandarisasi	Ceramah, diskusi	Deperindagkop
2	Pengenalan teknologi sortasi yang telah diaplikasikan	Kunjungan, praktek	Deperindagkop, praktisi (pengusaha bidang pertanian)
3	Metode <i>grading</i> untuk meningkatkan kualitas dan daya saing produk	Ceramah, diskusi	Deperindagkop
4	Teknologi penerapan <i>grading</i> (termasuk proses penentuan kelas-kelas produk)	Kunjungan, praktek	Deperindagkop, praktisi
5	Pengenalan standar pengemasan yang disetujui oleh pemerintah dan keunggulan proses pengemasan yang dilakukan produsen	Ceramah, diskusi	Deperindagkop, BPOM, Ahli di bidang pengolahan hasil pertanian
6	Penerapan teknologi pengemasan yang telah dilakukan	Kunjungan, praktek	Praktisi

d) *Pelatihan pengolahan pascapanen dan pemasaran produk pertanian*

Untuk meningkatkan kualitas sumber daya petani dan pedagang, perlu diadakan program pelatihan yang berkaitan dengan pascapanen dan pemasaran. Hal ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dan

pengetahuan baik secara teori maupun teknis di lapangan tentang cara pengelolaan pascapanen untuk menekan penyusutan hasil, mempertahankan kualitas produk, memperpanjang masa simpan, dan meningkatkan daya saing produk pertanian. Selain itu, pelatihan tersebut juga bertujuan untuk mendorong pelaku usaha untuk menerapkan sistem dan teknologi pengolahan pascapanen dan pemasaran hasil serta untuk mengurangi risiko penurunan kualitas produk pascapanen.

TABEL 7. MATERI PELATIHAN PASCAPANEN DAN PEMASARAN

No	Materi	Narasumber/ Pembicara
1	Penanganan produksi pangan/standar pangan sehat	Badan POM (Pengawas Obat dan Makanan)
2	Standard Kemasan Produk Pangan dan Perijinan	Disperindagkop
3	Sertifikasi Halal	MUI
4	Teknologi Penyimpanan Hasil Pertanian	BULOG, Ahli Penanganan Pascapanen (Misal: Misal Ahli Pengolahan Hasil Pertanian)
5	Analisis Peluang Pasar	Disperindagkop
6	Perluasan Pemasaran Pertanian	Praktisi dari Pengusaha Pemasar Hasil Pertanian
7	Penanganan pascapanen, Analisis rantai nilai, Penyimpanan produk pertanian dan kemitraan	Dinas Pertanian, Disperindagkop, BAPPEDA Bid Ekonomi, Akdemisi, Pengelola Koperasi, BULOG, dll

KESIMPULAN

STA Tempel belum mampu melaksanakan fungsinya secara optimal dan manfaatnya juga belum dirasakan oleh petani karena infrastruktur, sarana promosi, tenaga kerja dan pendanaan yang terbatas. Di sisi lain, petani telah memiliki pasar komoditas tersendiri. Penguatan kinerja STA Tempel dilakukan dengan beberapa perbaikan antara lain: peningkatan fungsi pemasaran komoditas pertanian, melakukan integrasi dengan kegiatan perdagangan lain, pengembangan promosi produk, optimalisasi fungsi SDM pengelola dan anggota, membangun sarana dan prasana modern sesuai tupoksi serta optimalisasi peran STA sebagai pusat pelatihan dan pendidikan

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan *terima kasih* kepada Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Sleman yang telah memberi dukungan finansial terhadap pelaksanaan penelitian "Kajian Strategis Pengembangan Sub Terminal Agribisnis Kabupaten Sleman".

DAFTAR PUSTAKA

- Anindita, R. (2008). Analisis Kinerja Sub Terminal Agribisnis Mantung: Studi Kasus pada Pemasaran Sayuran Kubis di Desa Ngabab, Kecamatan Pujon, Kabupaten Malang. *Majalah Ekonomi*, 18(3): 244-256.
- Bank Indonesia. (2015). *Skema Pembiayaan Pertanian dengan Pendekatan Konsep Rantai Nilai*. BI, Jakarta.
- Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Sleman. (2006). *Studi Kelayakan (Feasibility Study) STA Tempel*. Bappeda Sleman, Sleman.
- Cahyono, W., Kusnandar, & Sri, M. (2013). Analisis Efisiensi Pemasaran Sayuran Wortel di Sub Terminal Agribisnis Kabupaten Karanganyar. *Agribusiness Review*, 1(1): 1-20.
- Devi, P., Subejo, & Harsoyo. (2015). Keefektifan Lembaga Pasar Lelang Cabai Merah di Kecamatan Panjatan Kabupaten Kulon Progo. *Agro Ekonomi*, 26(2): 139-149.
- Fatih, C. (2010). Strategi Pengembangan Agroindustri Perikanan Laut di Kabupaten Tuban. *J-SEP*, 4(3): 77-88.
- Fauzi, D., Baga, L. M., & Tinaprilla, N. (2016). Strategi Pengembangan Agribisnis Kentang Merah di Kabupaten Solok. *AGRARIS: Journal of Agribusiness and Rural Development Research*, 2(1): 87-96.
- Noni, S., Darmawan, D. P., & Suarhana, W. (2013). Prospek Pembangunan Sub Terminal Agribisnis dalam Rangka Perbaikan Kinerja Pemasaran dan Peningkatan Pendapatan Petani di Wilayah Timur Kabupaten Sikka. *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 3(1): 53-59.
- Pujihanto. (2010). Kajian Kelembagaan Pembangunan Pertanian Kasus Sub Terminal Agribisnis di Indonesia. *Agritech*, 12(2): 137-157.
- Suranto. (2010). *Manajemen dan Tingkat Kepuasan Pedagang Pengguna pada Sub Terminal Agribisnis Sewukan di Kabupaten Magelang*. Universitas Diponegoro.
- Susanawati, Jamhari, Masyhuri, & Darwanto, D. H. (2015). Integrasi Pasar Bawang Merah di Kabupaten Nganjuk. *AGRARIS: Journal of Agribusiness and Rural Development Research*, 1(1): 43-51.