

Peluang Pengembangan Agribisnis –Indonesia Timur



**Stakeholder Lokakarya
Konsultasi- Tomat**

**Surabaya, Indonesia
26th September, 2013**



Australian Government
Australian Centre for
International Agricultural Research



Collins Higgins Consulting

Peluang Pengembangan Agribisnis –Indonesia Timur (EI-ADO)



- Penelitian yang didukung ACIAR, dilaksanakan oleh Collins Higgins Consulting dan mitra Indonesia
- Tujuan EI-ADO adalah:
 - Mengidentifikasi lima rantai nilai komoditas yang paling potensial untuk meningkatkan pendapatan petani miskin di NTB, NTT dan Jawa Timur
 - Mengidentifikasi peluang dan intervensi yang paling potensial untuk meningkatkan efisiensi, daya saing dan pendapatan petani miskin
- Informasi dan rekomendasi dari studi EI-ADO akan membantu DFAT dalam mendesain program Australia Indonesia Partnership for Decentralisation – Rural Economic Development Program (AIPD-Rural).
 - Proyek pembangunan senilai \$112 juta yang didanai DFAT an befokus pada Indonesia Timur

AIPD-Rural



- **Tujuan:** Meningkatkan pendapatan bersih 1 juta petani (pria dan wanita) miskin setidaknya 30% pada tahun 2022 (300.000 diantaranya akan dicapai pada 2017)
- **Objektif:** untuk meningkatkan daya saing petani (pria dan wanita) miskin
- **Strategi:** Untuk mengatasi kendala "sistemik" di sektor pertanian yang penting bagi masyarakat miskin di kabupaten terpilih
- **Keluaran:**
 - Praktek praktek pertanian yang lebih baik
 - Meningkatnya akses terhadap sarana produksi dan pasar
 - Meningkatnya lingkungan bisnis yang baik di tingkat sub-nasional
- **Pendekatan:** Pembangunan berorientasi pasar atau M4P

Metodologi EI-ADO

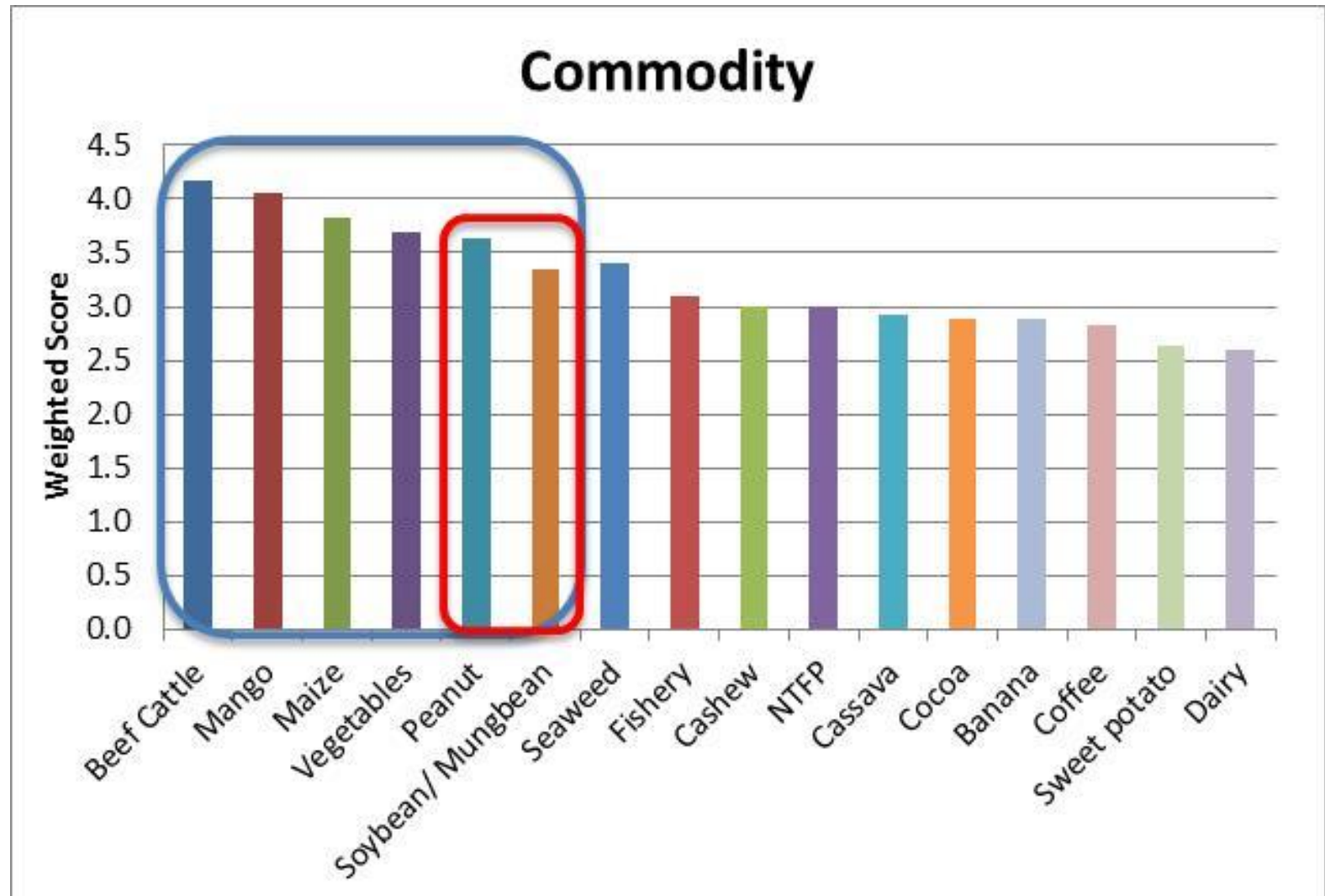


- Identifikasi awal 32 komoditas
- Reference Group (RG) menyeleksi hingga terpilih 16 komoditas utama.
- Kajian literatur dilaksanakan pada 16 komoditas utama.
- Konsultasi provinsi dan Reference Group untuk memilih komoditas prioritas
- Identifikasi 5 komoditas prioritas untuk studi rantai pasar

1. Ternak Sapi	
2. Kacang kacangan	kedelai, kc hijau, kc tanah
3. Mangga	
4. Jagung	
5. Sayuran	Cabe, bawang merah, tomat & kentang

Selamat Datang dan Perkenalan

Komoditas yang paling potensial untuk meningkatkan pendapatan petani miskin



Studi Rantai Nilai Tomat



Australian Government
Australian Centre for
International Agricultural Research



Tim Studi



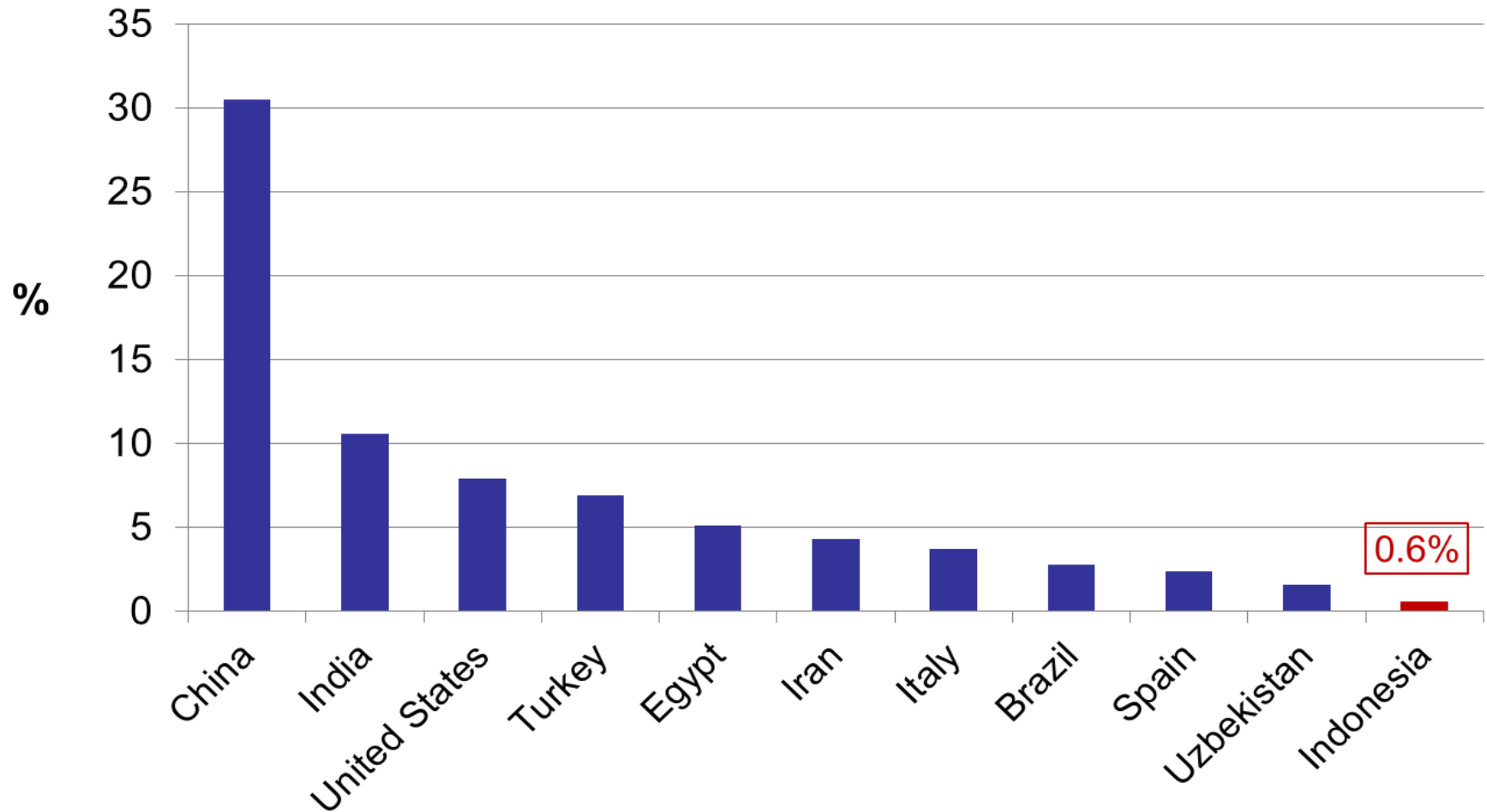
- Tiago Wandschneider, Ketua Tim / Spesialis Rantai Nilai Internasional
- Paul Gniffke, Spesialis Sayuran Internasional
- Kuntoro Boga, Spesialis Rantai Nilai Nasional
- Teddy Kristedi, Asisten Peneliti
- Yohannes Krisnady, Koordinator Lapangan Jawa Timur

Area yang Dikunjungi

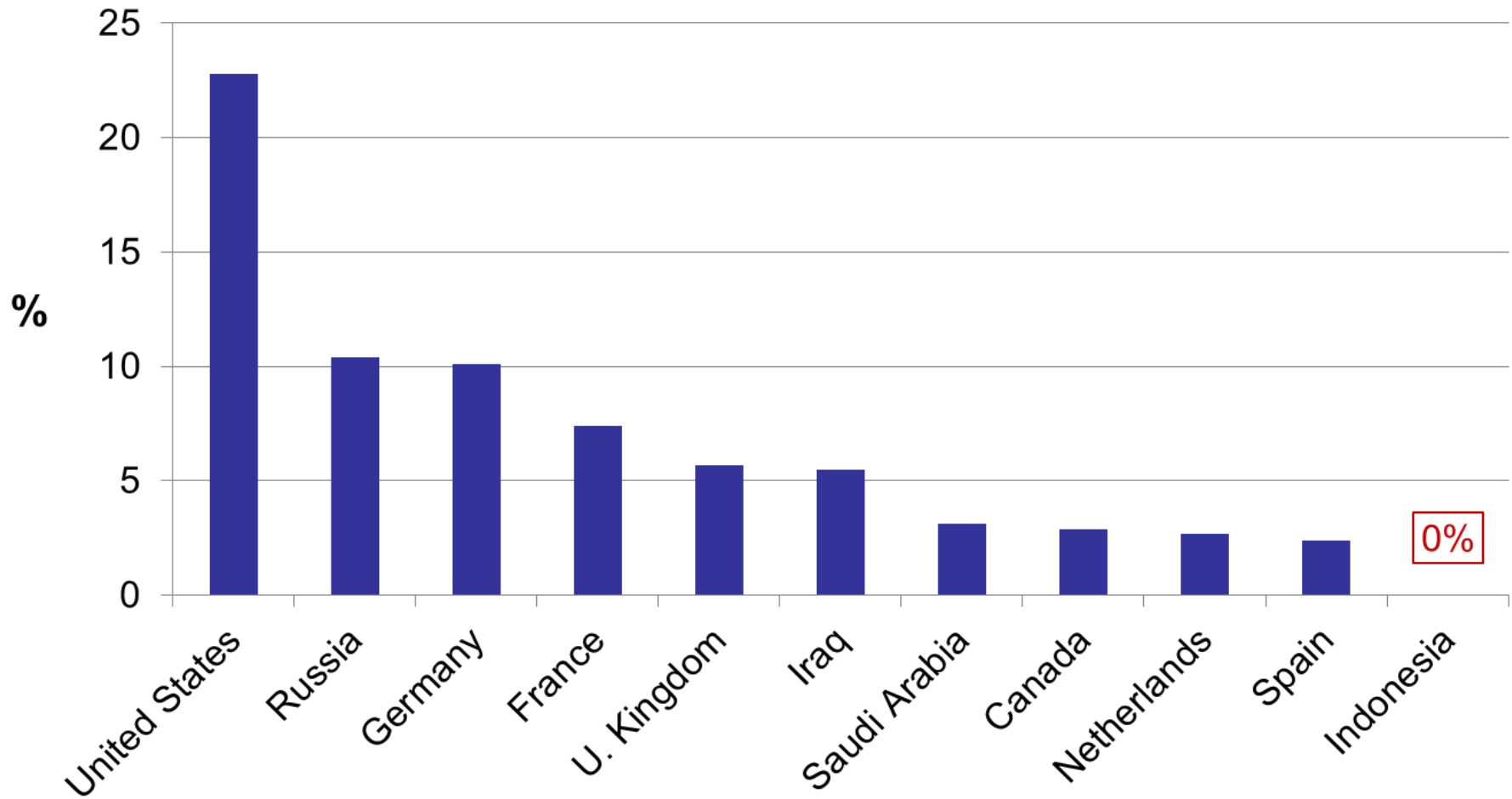


- Malang: dipilih untuk penelitian rantai nilai
- Batu: wawancara pejabat pemerintah, pertanian komersial, kelompok petani, dan pedagang
- Kediri: mengunjungi tempat pembibitan dan perusahaan bibit
- Sidoarjo: mengunjungi pasar
- Surabaya: mengunjungi pasar dan supermarket

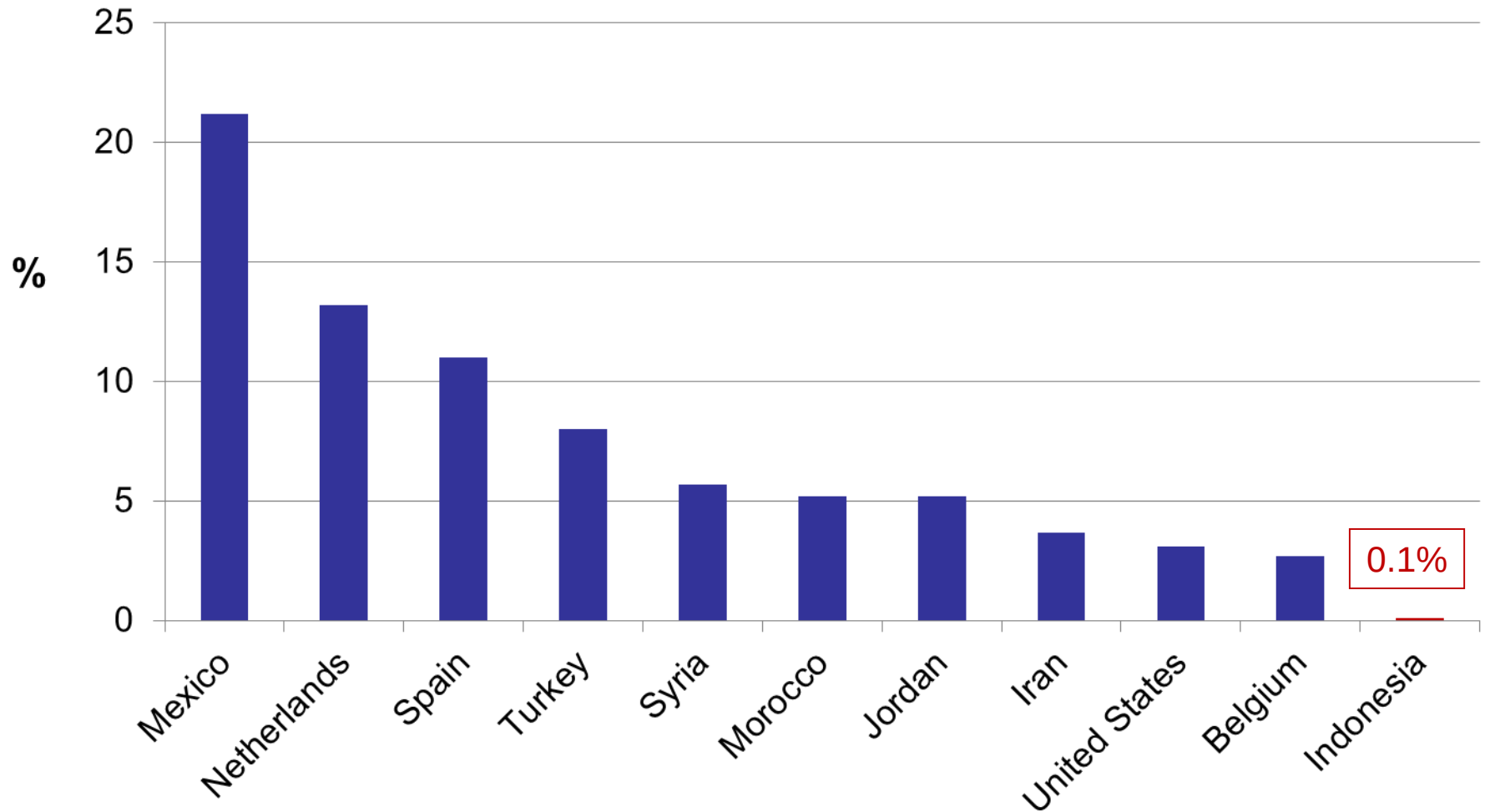
Posisi Indonesia pada Produksi Global (2011)



Importir Utama Tomat (2010)



Eksportir Utama Tomat (2010)



Perdagangan Internasional

- Indonesia hanya mengekspor 0,1-0,3% dari produksinya
- Jumlah impor kurang dari** 0,1% dari pasokan domestik

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Rata-rata 2005-10
Ekspor (ton)	1,169	179	1,851	874	565	618	876
Impor (ton)	125	227	208	142	47	57	146

Statistik Produksi

- Di Indonesia, penanaman tomat menyebar di banyak pulau dan provinsi

	2007	2008	2009	2010	2011	Bagian (%) 2011	Perubahan (%) 2007-11
<u>Area yang dipanen (ha)</u>	51,523	53,128	55,881	61,154	53,088	100	3
:							
Jawa Barat	10,926	10,211	10,127	12,635	9,444	17.8	-13.6
Jawa Tengah	3,412	3,594	4,236	4,857	5,064	9.5	48.4
Jawa Timur	3,300	3,758	4,044	4,439	4,349	8.2	31.8
Sumatra Utara	4,056	3,672	4,662	4,121	4,142	7.8	2.1
Sumatra Barat	1,514	1,693	1,569	2,005	2,036	3.8	34.5
(...)							
NTB	1,002	1,076	1,212	1,335	1,516	2.9	51.3
NTT	633	853	768	870	1,027	1.9	62.2

Statistik Produksi

- Terdapat perbedaan hasil panen yang signifikan antar provinsi

	Rata-rata 2007-11	Perubahan (%) 2007-11
Hasil panen nasional (t/ha) di:	14.8	46.3
Jawa Barat	28	41.2
Sumatra Barat	21.5	53.3
Sumatra Utara	19.6	12.2
NTB	18.3	103
Jawa Tengah	14.2	12.5
Jawa Timur	12.6	37.6
NTT	9.5	-14.9

Statistik Produksi

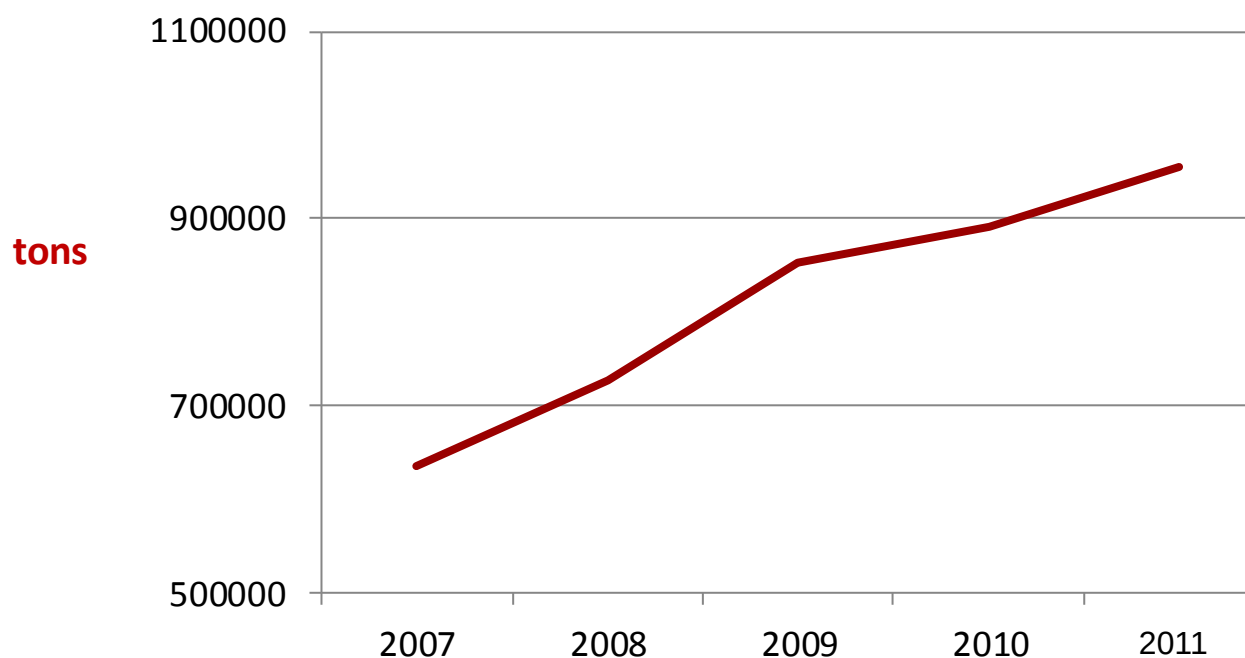
- Jawa Barat merupakan pusat produksi utama

	2007	2008	2009	2010	2011	Bagian(%) 2011	Perubah an (%) 2007-11
Produksi (ton) di :	635,474	725,973	853,061	891,616	954,046	100	50.14
Jawa barat	267,220	269,404	309,653	304,774	354,832	37.2	32.8
Sumatra Utara	76,699	69,134	90,147	84,353	93,386	9.8	21.8
Jawa tengah	40,794	55,475	61,303	76,462	73,009	7.7	79
Jawa Timur	33,237	46,046	56,626	56,342	67,646	7.1	103.5
Sumatra barat	25,577	30,793	33,842	49,712	58,078	6.1	127.1
(...)							
NTB	10,040	19,420	28,781	25,639	33,864	3.6	237.3
NTT	7,233	8,174	7,394	6,151	10,476	1.1	44.8

Trend Produksi

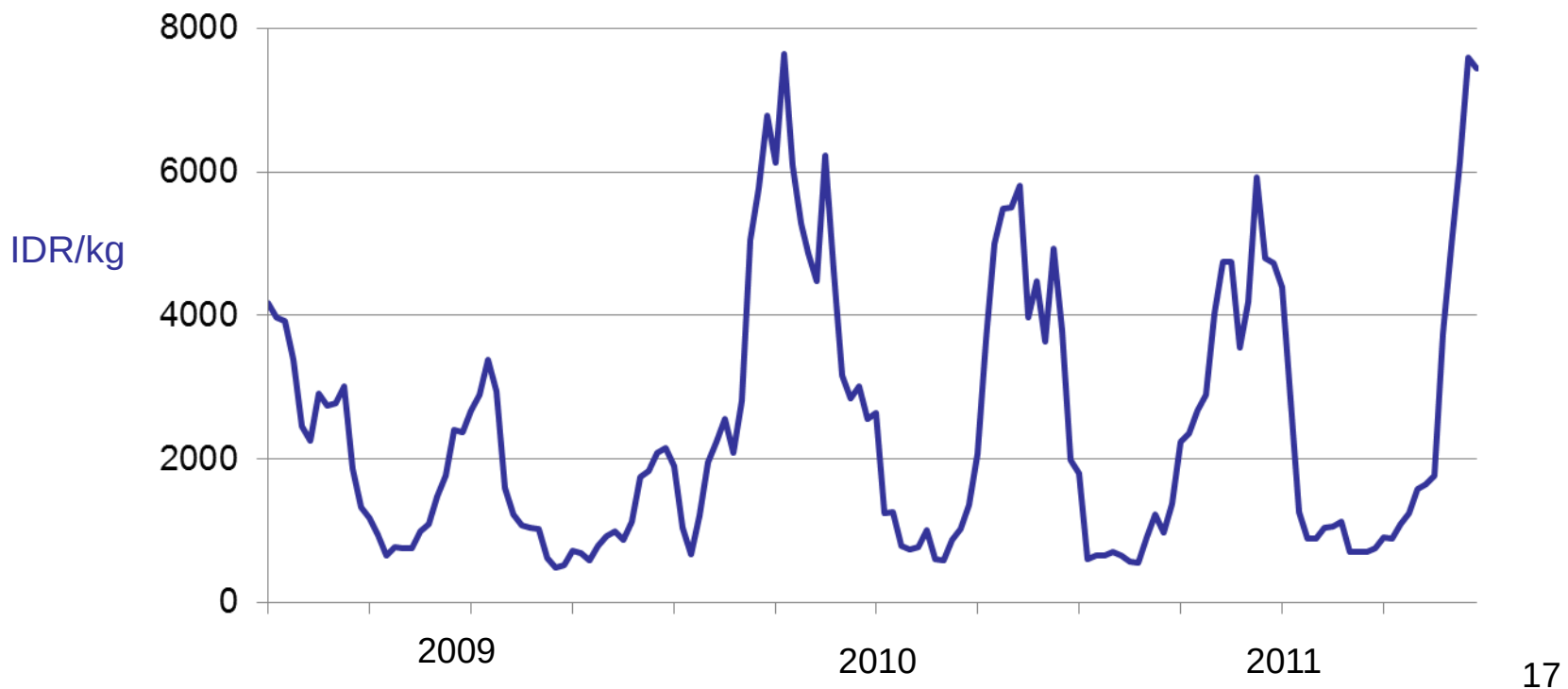


- Produksi tomat berkembang
 - Pertumbuhan yang kuat pada produktivitas pertanian
 - Meningkatkan kebutuhan domestik



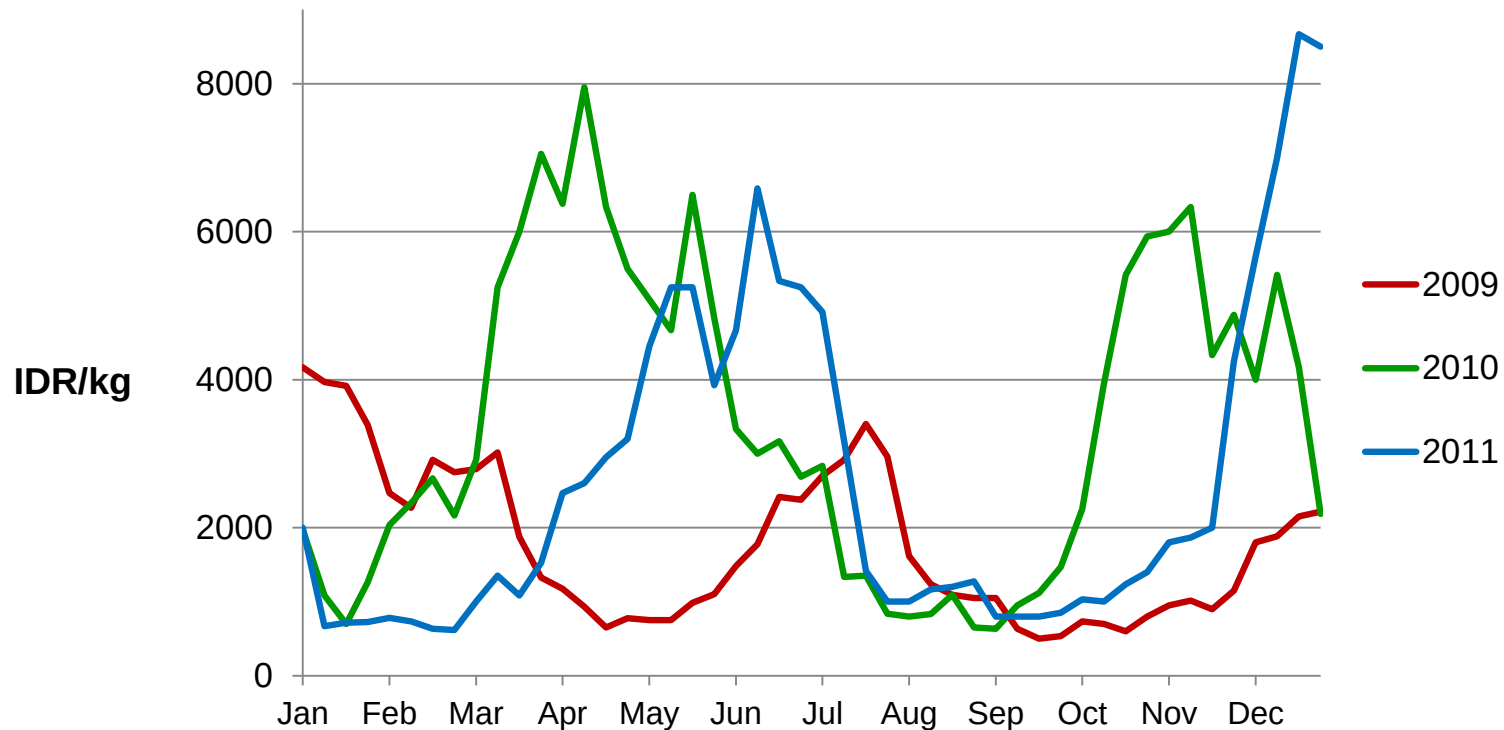
Trend Harga Riil

- Trend stabil (tetapi volatilitas yang besar di seputar trend)
- Volatilitas harga yang disebabkan oleh :
 - Cuaca ⇔ pasokan; kurangnya penyeimbang harga (impor, penyimpanan)



Harga Musiman

- Pola musiman yang tidak stabil
 - Dampak kondisi cuaca terhadap pasokan domestik
 - Petani sepertinya bereaksi berlebihan terhadap harga



Kebutuhan Konsumen



- Jumlah “**Tomat sayur**” untuk konsumsi massal
- Terutama dikonsumsi di rumah untuk bumbu / saus masakan, diiris mentah, dan aplikasi langsung lainnya
- Konsumen menyukai tomat sayur berukuran sedang dan manis, dengan warna merah cerah dan mulus
- Konsumsi tomat buah dan tomat ceri sangat kecil

Kultivasi Tomat di Malang

	Area produksi (ha)			
	2011	2012	Share 2011 %	Share 2012 %
Malang	1,307	1,219	100	100
Poncokosumo	463	423	35	35
Pujon	231	221	18	18
Wajak	116	74	9	6
Karangploso	44	69	3	6
Tumpang	112	25	9	2
Other	341	407	26	33

- Sayuran paling penting ketiga dalam hal area (setelah cabai dan kol)
- Malang merupakan pemasok utama tomat di Jawa Timur selama musim hujan
- Poncokosumo dan Pujon memiliki area tomat terbesar di Malang

Hasil Panen

	t/ha	
	2011	2012
Malang	7.9	6.3
Poncokosumo	8.1	8
Pujon	13.4	2.9
Karangploso	1.7	2.6
Wajak	14.5	17.9
Tumpang	1.5	2.9

- Variasi hasil panen intra-kabupaten yang besar
- Variasi antar-tahunan yang besar

Profil Petani Tomat



- Portfolio tanaman sayuran yang bermacam macam (diversifikasi produksi dan resiko pemasaran)
- Pertanian tomat memiliki lahan yang sangat kecil (0,05 – 0,5 ha)
 - Pemilikan lahan yang terbatas
 - Pertanian sayuran secara tumpang sari

Varietas



Varietas	Perusahaan
Betavila	East West
Saviro	Syngenta
Tymoti	East West
Marta	East West
Permata	East West
Lain lain: Menara, Lentana, Belavista, Tatiana, Ken Dedes	

Varietas



- Berbagai varietas ditanam di berbagai desa tergantung:
 - Ketinggian
 - Musim
 - Sistem rotasi yang berbeda (durasi tanaman!)
- ⇒ Kriteria penting bagi petani
- Potensi hasil panen
 - Toleransi terhadap hujan
 - Toleransi terhadap hama dan penyakit
 - Durasi tanaman
 - Daya jual (ukuran buah, warna, kulit)

Biaya Produksi ('000 IDR /ha)

- Tomat merupakan tanaman dengan penggunaan banyak sarana produksi (investasi tinggi)

	A	B	C	D	Rata-rata	Bagian dari harga total %
Bibit	3,133	1,250	2,400	1,800	2,146	5
Pupuk	5,783	3,750	14,530	10,630	8,673	22
Pestisida	5,273	2,876	9,700	9,550	4,425	11
Tenaga kerja sewaan	10,100	3,780	15,768	15,718	11,342	23
Lain-lain	12,853	5,636	13,610	11,783	10,971	27
Biaya total	37,143	17,292	56,338	49,480	40,063	100

Penggunaan Tenaga Kerja

- Laki-laki mendapatkan upah pertanian 15-25 % lebih tinggi dari perempuan

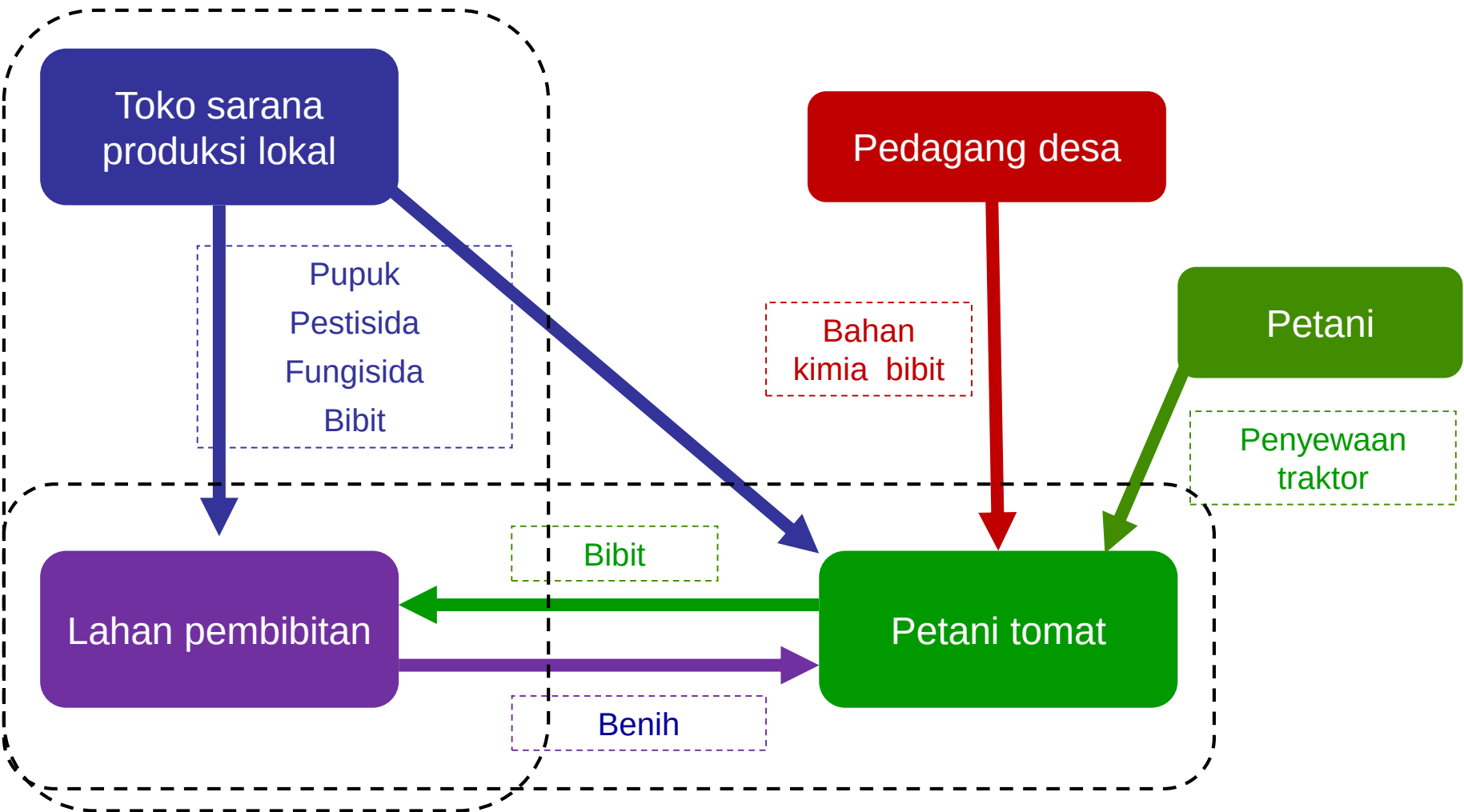
	A	B	C	D	Average
Pekerjaan pertanian (orang-hari / ha)	357	158	632	438	396
Tenaga kerja pertanian sewaan/ tenaga kerja pertanian total (%)	66	75	90	100	83
Tenaga kerja wanita sewaan/ tenaga kerja sewaan total (%)	88	54	71	25	60
Ketenagakerjaan wanita/ ketenagakerjaan total (%)	42	41	64	25	43

Hama dan Penyakit



- Penyakit berdampak tinggi: tanaman layu karena bakteri, anthracnose dan fusarium selama musim hujan
- Thrips (sejenis serangga) merupakan hama utama
- Kerugian panen yang tinggi yang disebabkan oleh hama dan penyakit
- Hasil panen yang dilaporkan : 6 – 60 ton / ha

Rantai Sarana Produksi Lokal



Pembibitan



- 50-70% petani membeli benih/bibit
- Alasan untuk membeli benih:
 - Menghemat waktu
 - Kualitas
 - Minimnya akses terhadap air
 - Menggantikan sebagian bibit milik sendiri
- Alasan untuk tidak membeli benih:
 - Menghemat biaya
 - Tidak yakin dengan kualitas dari benih dari pembibitan
 - Lokasi pertanian jauh dari desa

Profil Pembibitan

	Ukuran kecil	Ukuran sedang
Portfolio produk	Berbagai macam sayuran	Berbagai macam sayuran
Teknologi, praktek	Polybag, atap plastik, penggunaan zat kimia yang tinggi	Polybag, atap plastik UV, penggunaan zat kimia yang tinggi
Tenaga kerja	Milik sendiri dan lepasan	Milik sendiri lepasan dan tenaga kerja yang purna waktu disewa
Produksi	12 bulan 20 - 100,000 benih / bulan	12 bulan 200-400,000 benih / bulan
Klien	Petani kecil	Petani besar, kecil
Ruang lingkup	kecamatan	kecamatan, kecamatan lain

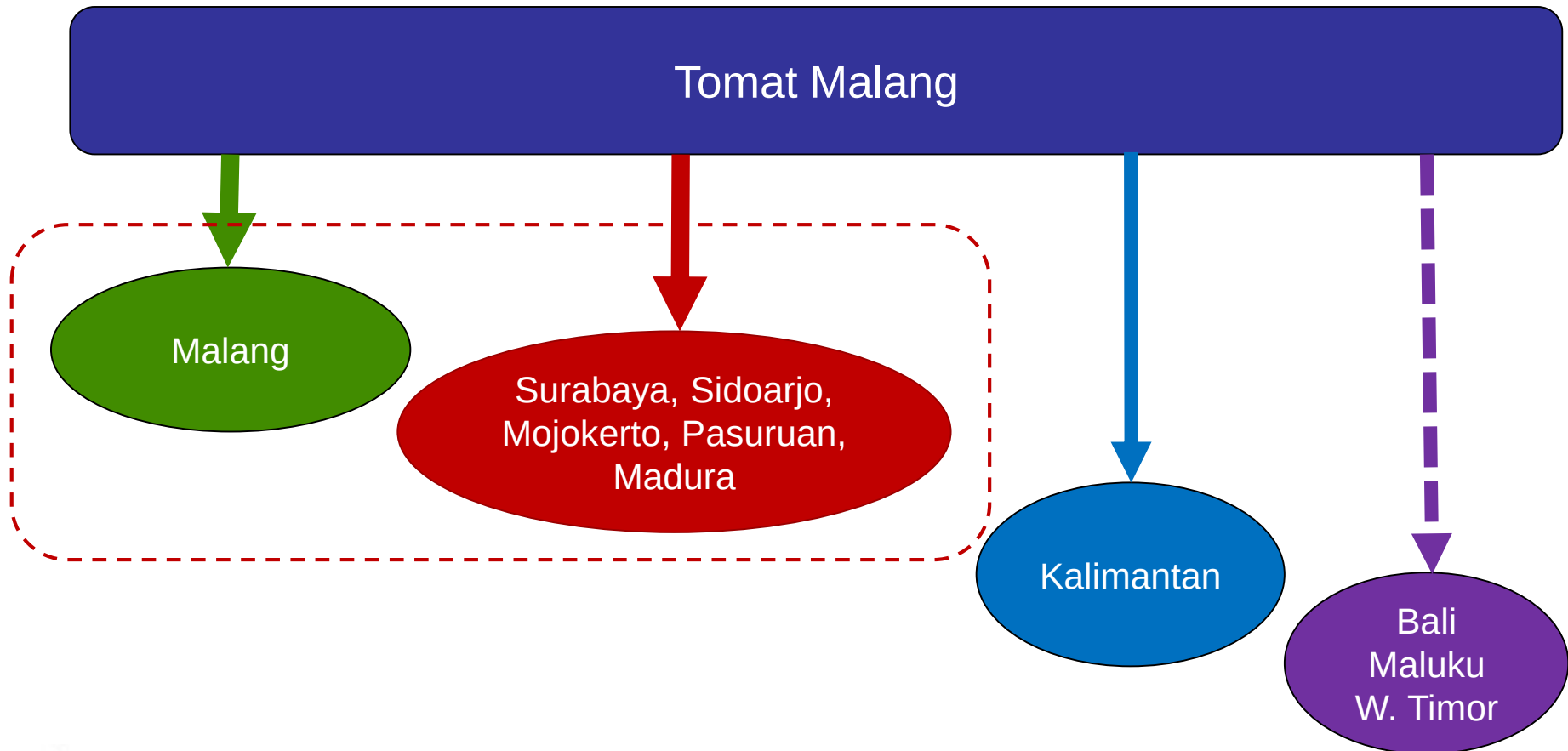
Model Bisnis Pembibitan



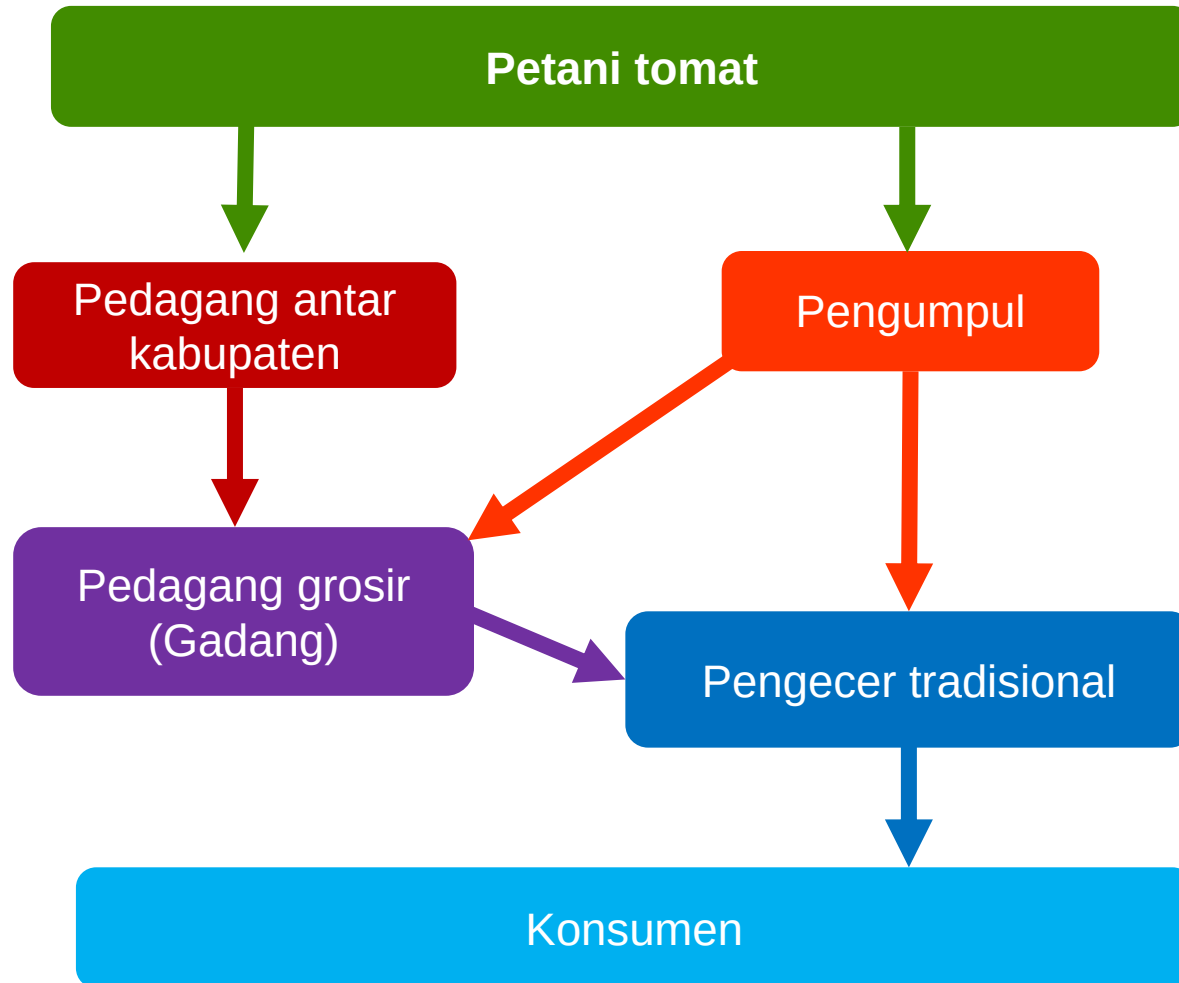
- Model bisnis pembibitan:
 - Produksi berdasarkan pesanan (dapat melibatkan pembayaran sebagian dilakukan di muka)
 - Menggantungkan terhadap penjualan di pasar
 - Produksi berdasarkan “layanan”
- Operator pembibitan sering mengikuti berbagai kombinasi dari ketiga hal tersebut
- Strategi bisnis dipengaruhi oleh skala pembibitan dan kemampuan untuk mengambil resiko

Alur Produk

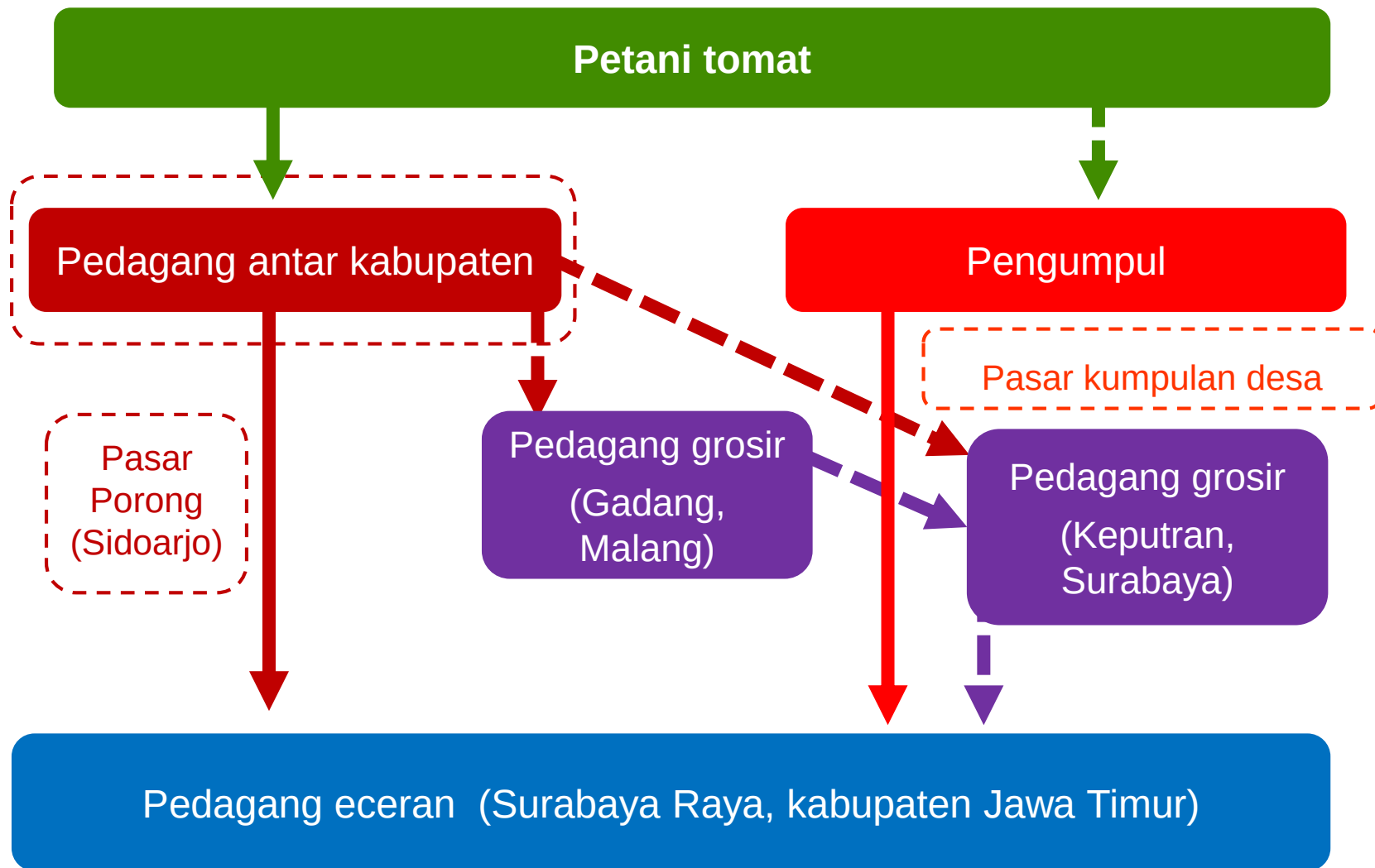
- Sebagian besar tomat dari Malang dikonsumsi di dalam kabupaten dan provinsi



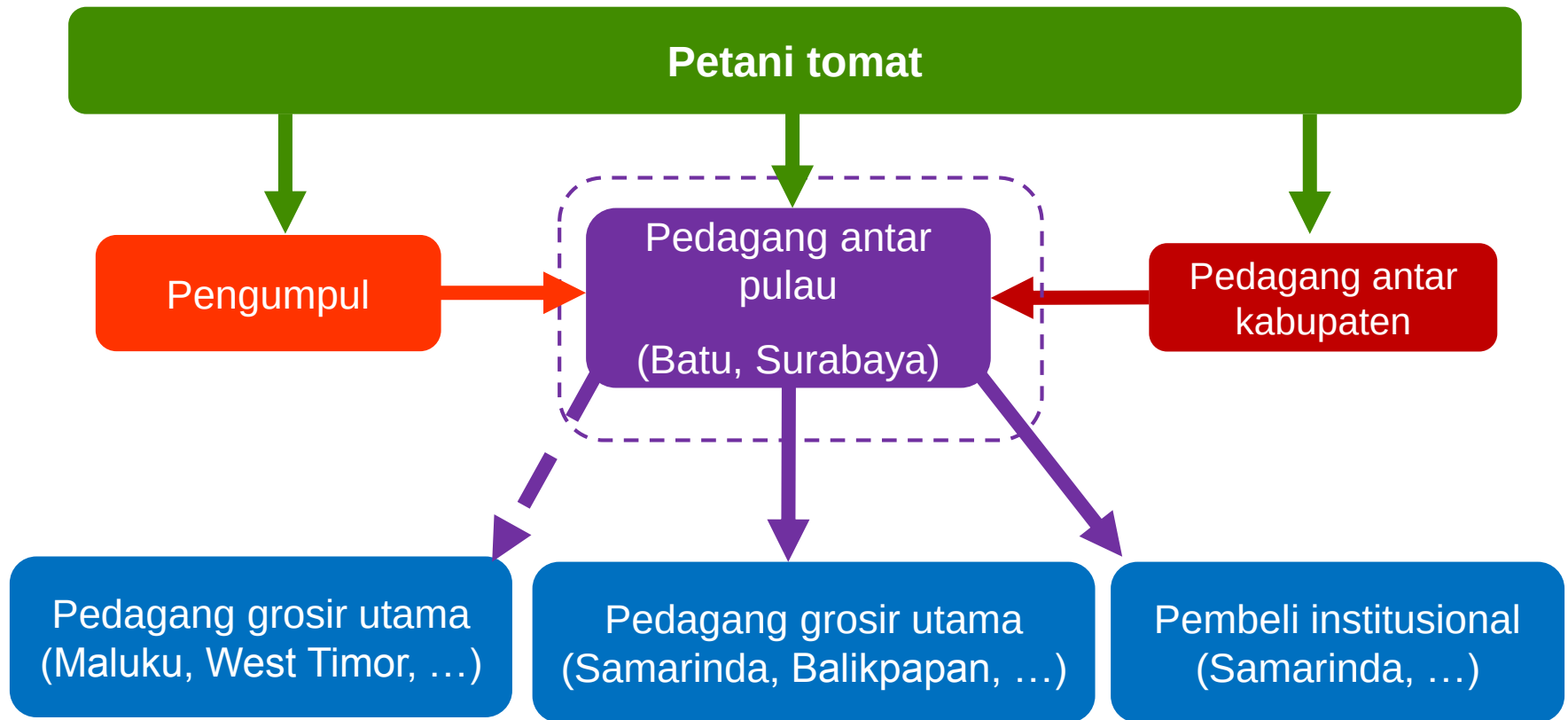
Rantai Intra-Kabupaten



Rantai Intra-Provinsi



Rantai Antar-Pulau



Titik Kunci



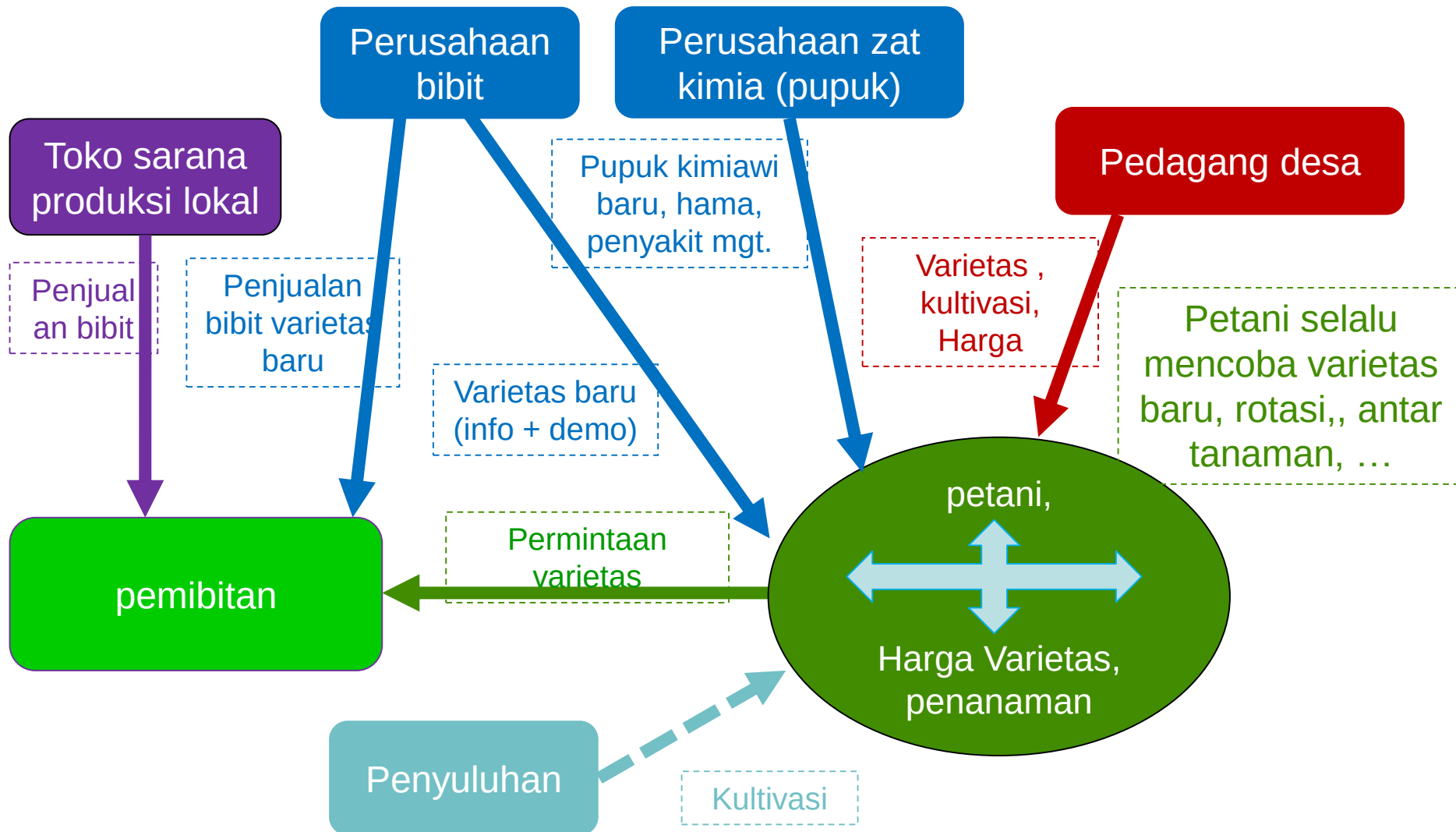
- Kompetisi yang kuat pada semua level dalam rantai
- Pembayaran segera di sepanjang rantai merupakan hal yang lazim
- Saluran tradisional jelas dominan (di Jawa, jumlah supermarket kurang dari 1.5% perdagangan eceran tomat)
- Tidak ada tautan dengan industri pengolahan (mengimpor selai tomat)

Titik Kunci

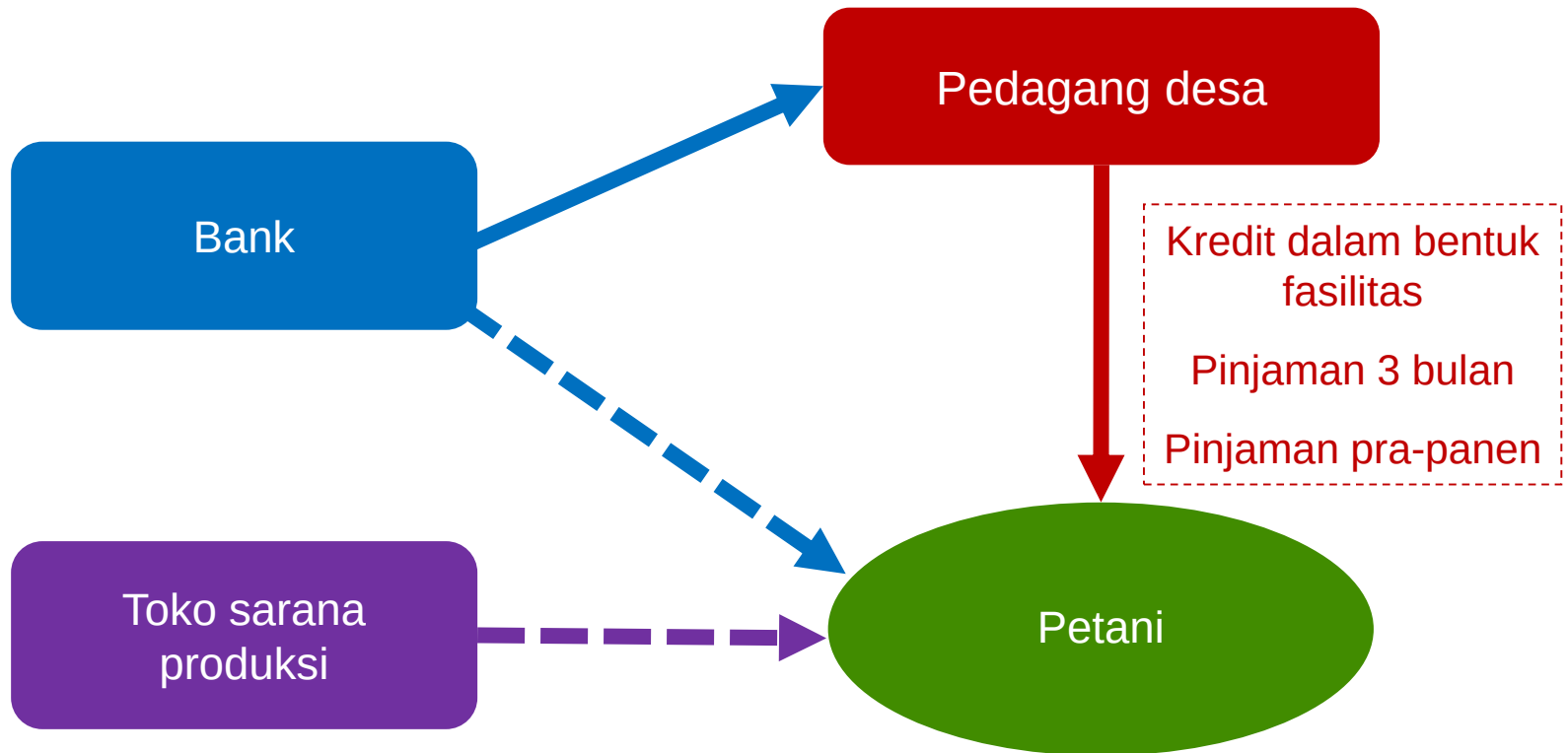


- Beberapa, contoh kecil pada umumnya:
 - Tindakan kolektif pada tingkat petani
 - Kontrak pertanian
 - Penjualan kepada outlet modern dan pembeli institusional
 - Kontrak formal
- Dengan potensi skalabilitas terbatas ...

Alur Pengetahuan dan Informasi



Alur Kredit



Kriteria Peminjaman Pedagang



- Area yang ditanam!
- Produktivitas petani
- Hubungan personal ⇔ kepercayaan
- Sejarah penjualan kepada pedagang
- Sejarah pembayaran ⇔ kepercayaan
- Reputasi dalam komunitas ⇔ kepercayaan

Tingkatan (kualitas) dan Standar



	Kriteria utama (ukuran)	Atribut produk yang diinginkan lainnya
Grade A	12 buah per kg	Buah keras Warna merah cerah Kulit bersih, tidak ada cacat
Grade B	14 buah per kg	
Grade C	16 buah per kg	

Perbedaan Harga Dari Petani



	Karanganyar 19/12/2012	Desa Codo Des 2012
Grade A	1,000	1,000 - 2,000
Grade B	700	700 - 1,500
Grade C	500	500 - 1,000

Kualitas Produk



- Tomat Malang memiliki reputasi yang baik di pasaran: lebih baik daripada tomat Bandung (warna, ukuran, rasa)
- Tetapi memiliki daya tahan hidup yang pendek ...
- Implikasi
 - Posisi kompetitif yang kuat di Jawa Timur
 - Tomat Bandung lebih disukai untuk perdagangan antar pulau

Sistem Manajemen Kualitas



- Panenan dengan tingkat kematangan yang berbeda untuk berbagai pasar
- Pedagang memilah, menggolongkan dan mengepak hasil panen pada lahan pertanian
- Pedagang membeli dan menjual pada hari yang sama
- 60-65 kg kotak kayu (tidak ideal untuk pengangkutan jarak jauh!)
- Standar pembeli yang lebih ketat selama periode pasokan berlebih

Kerugian Produk



	Kerugian fisik	Penjualan diskon
Malang - Porong	< 5%	Sesekali , kecil (menjelang sore)
Pedagang grosir Keputran	1-10%	n.a.
Pengecer Kediri, Surabaya, Sidoarjo	5-10%	~ 10%
Malang - Kalimantan	???	???

Marjin (Contoh)

	Petani	Pedagang antar kabupaten Malang	Pengecer besar Surabaya	Pengecer kecil Sidoarjo
Harga penjualan (IDR/kg)	9,000 (69% harga eceran)	9,750	10,500	13,000
Asaran Biaya pe(IDR/kg)		9,410	10,023	12,311
harga pembelian		9,000	9,750	10,500
Tenaga kerja		32	16	0
pengepakan		108	110	37
Pengangkutan		164	38	500
Kerugian produk		0	98	1,050
Lain-lain		106	11	224
Marjin pembayaran bersih (IDR/kg)		340 (3.5%)	477 (4.5%)	689 (5.3%)

Marjin



- Marjin bersih yang didapatkan oleh pedagang inter kabupaten sangat volatil (labil)
- Beberapa pedagang memiliki persetujuan untuk berbagi resiko dengan petani

Masalah Kunci



1. Kerugian panen yang tinggi akibat hama dan penyakit (seperti layu karena bakteri)
2. Sangat volatil, seringnya harga sangat rendah
3. Ketahanan hidup produk pendek ⇔ perdagangan jarak jauh

Presentasi Intervensi Kunci - Tomat



Australian Government
Australian Centre for
International Agricultural Research



Intervensi Kunci: Rantai Nilai Tomat Malang



1. Perkembangan komersial produksi benih tomat cangkakan
2. Pengemasan yang lebih baik untuk perdagangan jarak jauh
3. Penyuluhan pemasaran untuk perencanaan bisnis pertanian yang telah diperbaiki

1: Produksi Benih Cangkakan dan Pemasaran



- Transfer pengetahuan kepada pembibitan yang lebih besar

AVRDC? BPTP? Pembibitan di Kediri?

- Perkembangan produksi bibit terong komersial untuk bibit (batang bawah /rizoma)

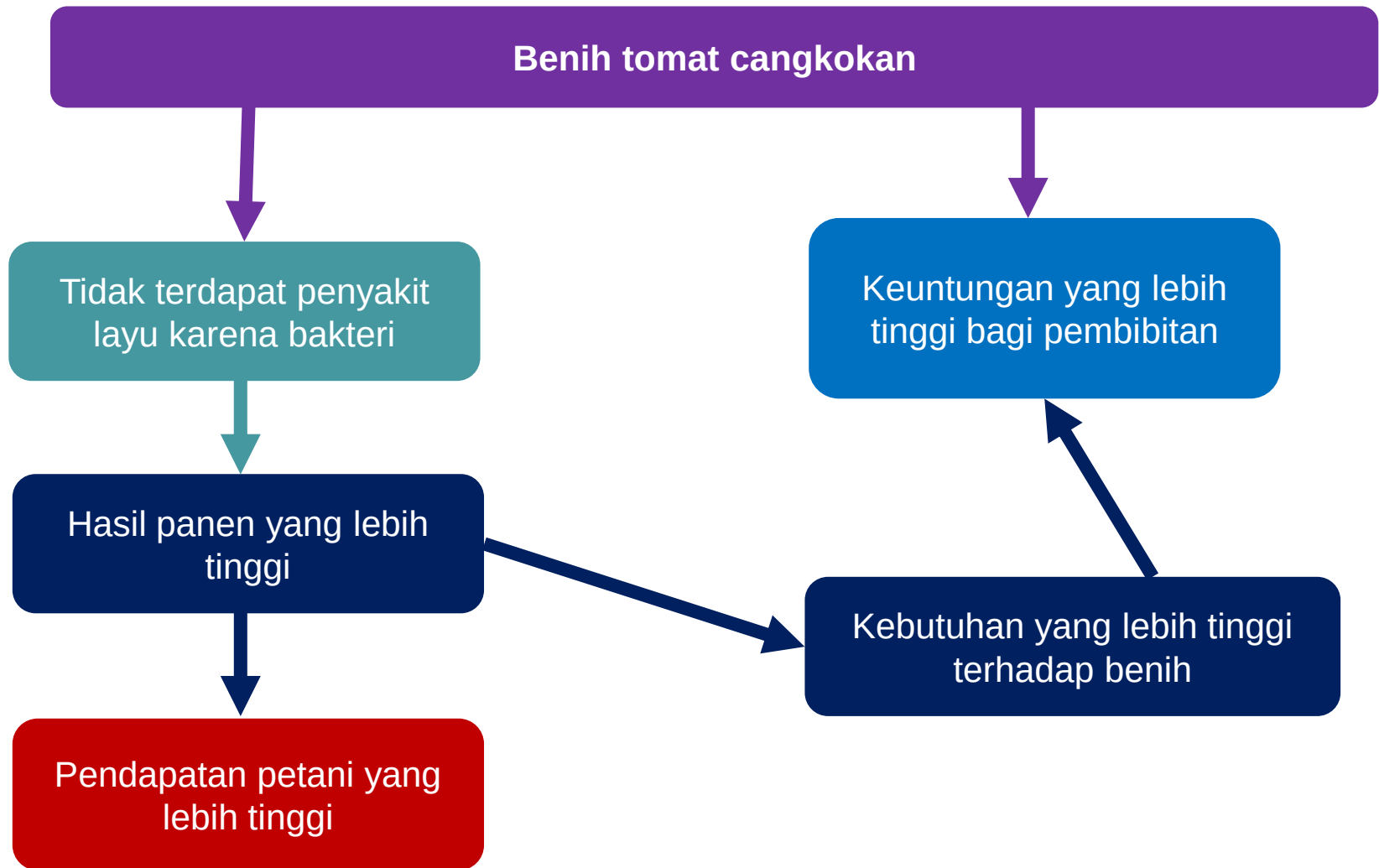
Model bisnis? produksi kontrak? Pembibitan sebagai perusahaan kontrak? Produksi kelompok biji di bawah kontrak?

- Promosi kebutuhan untuk benih tomat cangkakan

Uji coba demo

- Kurun waktu : 3/4 tahun

Dampak Potensial

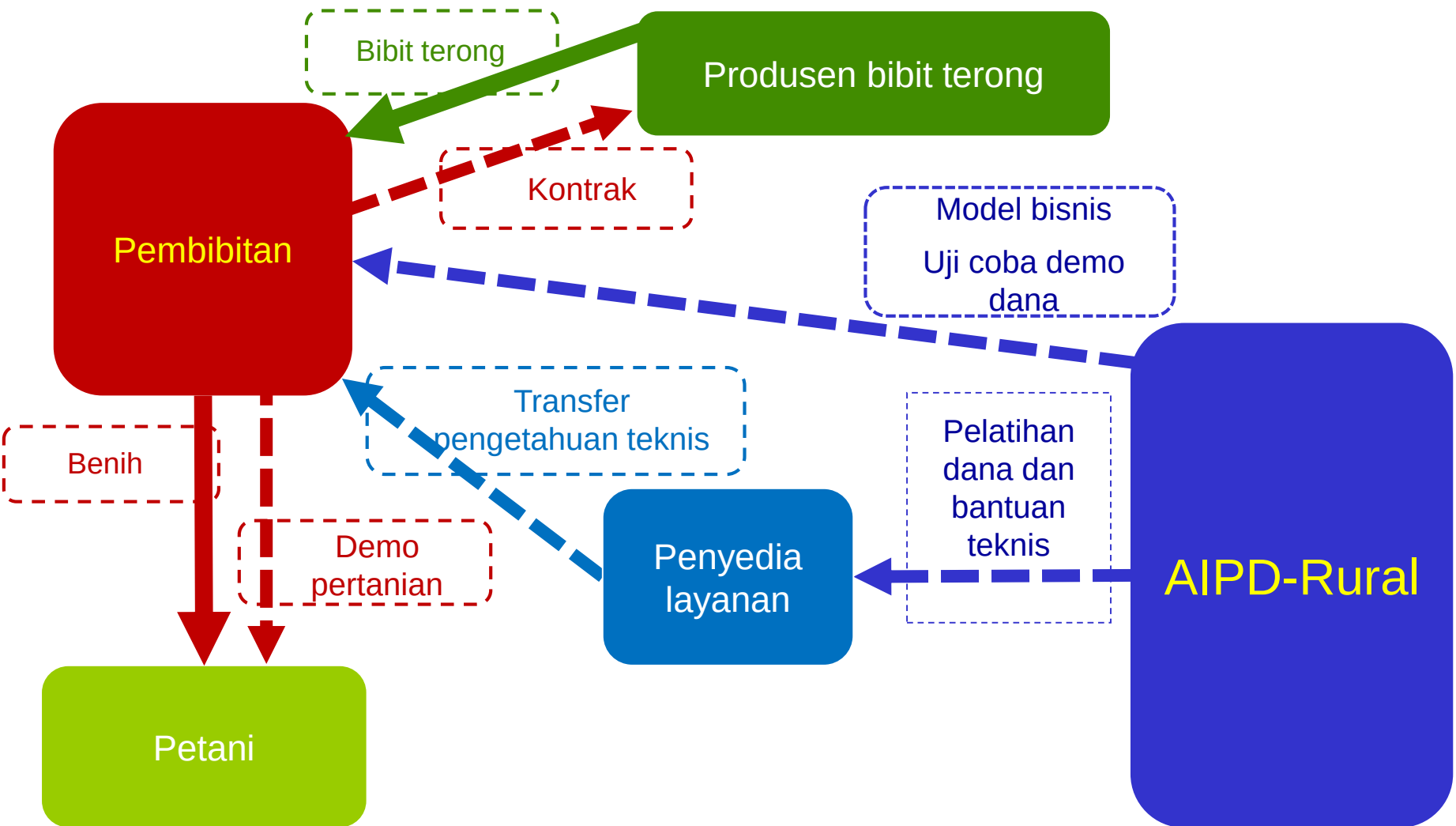


Resiko / Kelemahan



- Ketertarikan yang minim dari perusahaan bibit (bibit terong OPV)
- Inovasi kompleks ⇔ perkembangan produksi bibit (batang bawah) terong baru dan sistem produksi
- Biaya bibit cangkakan ⇔ kebutuhan petani

Penyedia Solusi Potensial

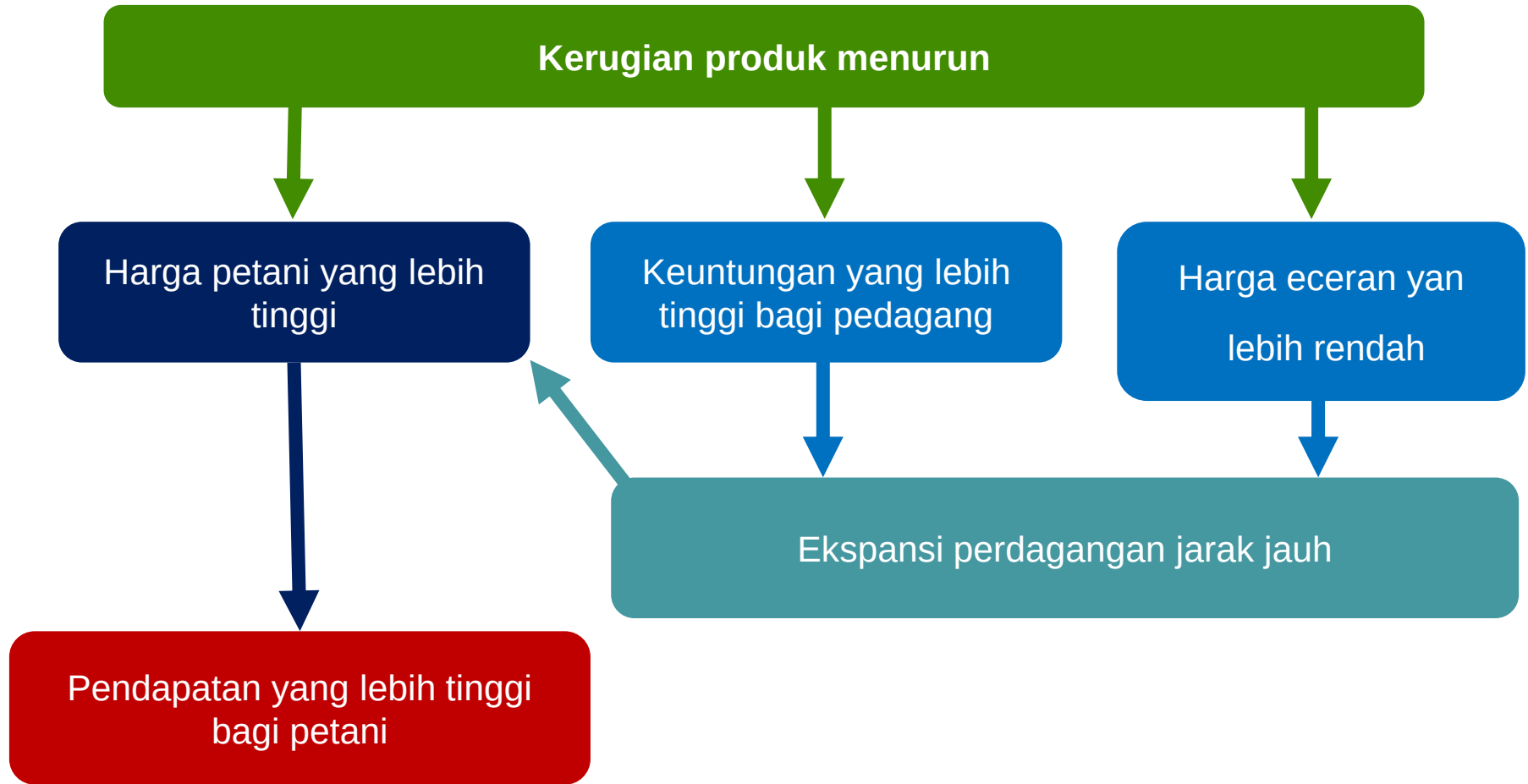


2: Pengepakan yang Lebih Baik Untuk Perdagangan Jarak Jauh



- Penilaian praktek dan kerugian pengepakan terbaru pada perdagangan jarak jauh
- Perkembangan partisipatif dalam pengepakan tomat yang telah ditingkatkan
- Uji coba pasar
- Pasar tujuan : Jakarta, Kalimantan, NTB
- Kurun waktu: 2 tahun

Dampak Potensial

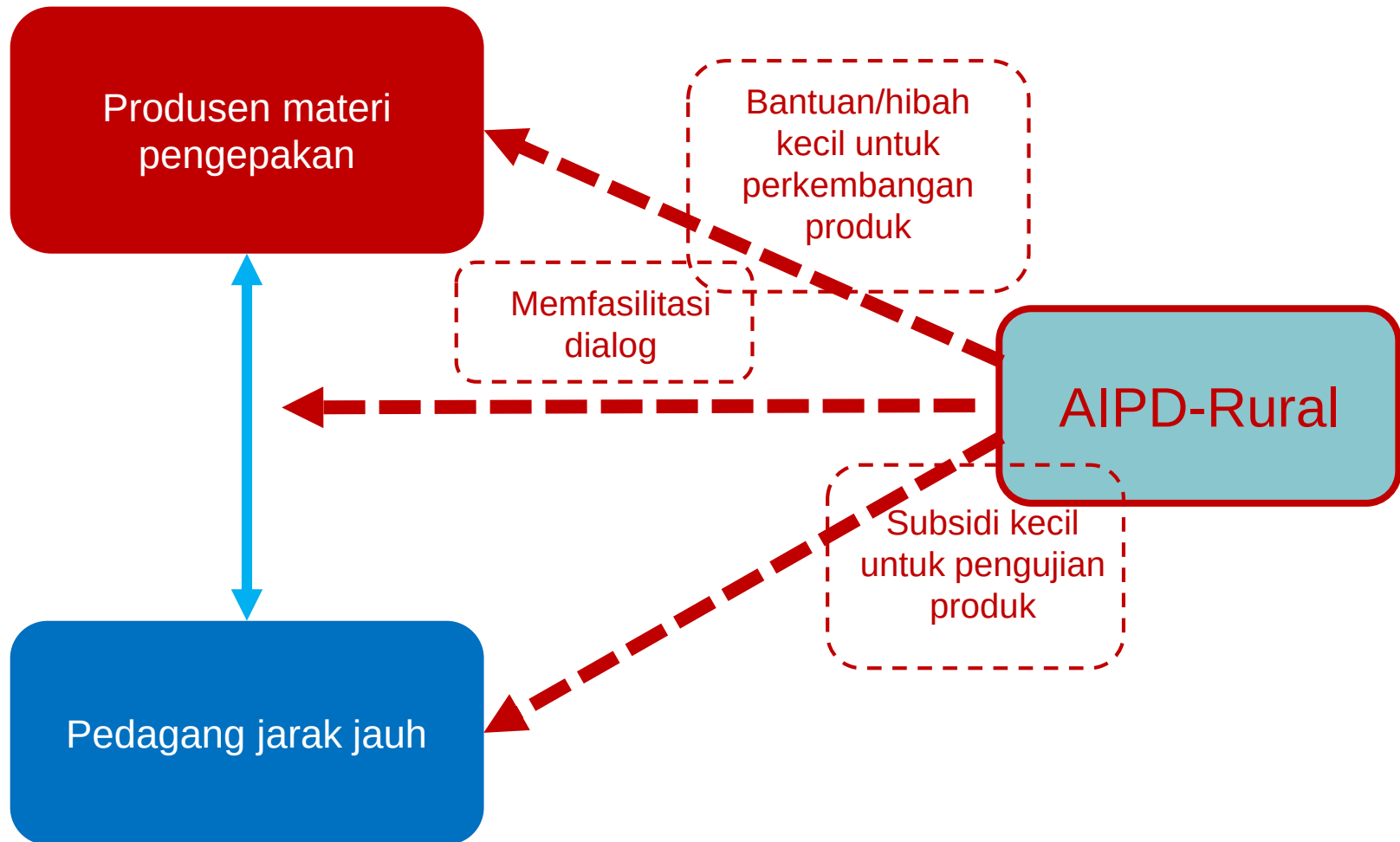


Resiko/Kelemahan



- Perlu mengembangkan pemahaman yang lebih baik mengenai skala dan potensi pertumbuhan perdagangan tomat jarak jauh dari Malang
- Beberapa skala dibutuhkan untuk dampak harga langsung dan tidak langsung
- Ruang lingkup replikasi pada rantai sayuran lain?

Penyedia Solusi Potensial



3: Layanan Penyuluhan Pemasaran



- Mengembangkan kapasitas penyedia layanan terpilih untuk mentransfer pengetahuan pasar strategis (mengenai tomat dan tanaman sayuran kunci lainnya) kepada petani dan mentautkannya dengan jaringan informasi strategis untuk tanaman spesifik

BPTP? Universitas?

- Mengembangkan sekolah untuk perencanaan bisnis petani yang lebih baik
- Kurun waktu: 2/3 tahun

Dampak Potensial

Pemahaman yang lebih baik mengenai pasar sayuran

Jaringan informasi yang telah dikembangkan

Kemampuan untuk mengantisipasi dinamika pasar masa depan

Keputusan penanaman yang lebih baik oleh petani

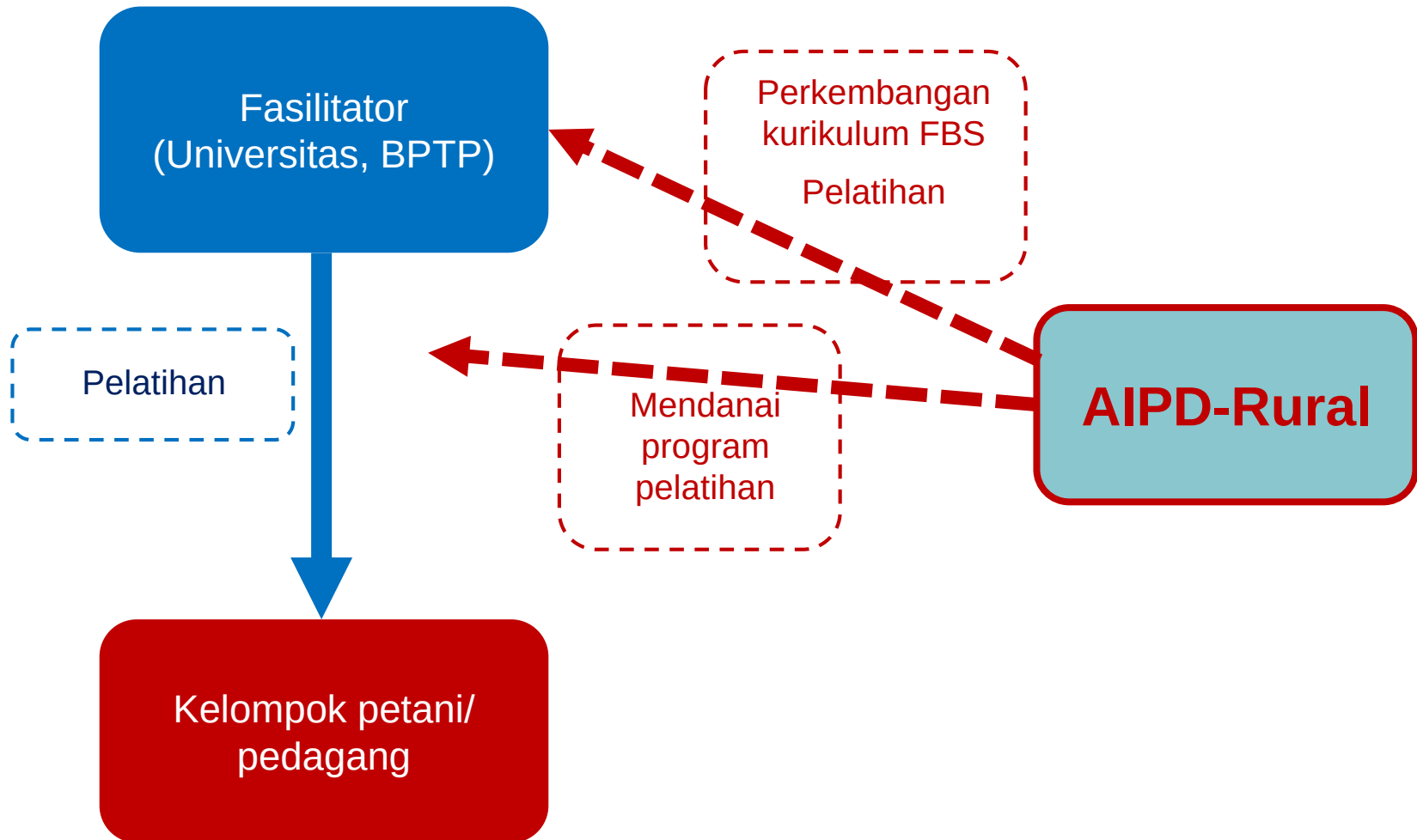
Keuntungan pertanian yang lebih tinggi

Resiko / Kelemahan



- Penelitian pasar lebih jauh diperlukan untuk perkembangan kurikulum FBS
- Layanan tidak mungkin berkelanjutan dan dapat diukur, tetapi dampaknya dapat berkelanjutan dan dapat diukur
- Sangat sulit untuk mengukur dampak

Penyedia solusi potensial



Intervensi Kunci: Rantai Nilai Tomat Malang



1. Perkembangan komersial produksi benih tomat cangkakan
2. Pengepakan yang telah ditingkatkan untuk perdagangan jarak jauh
3. Penyuluhan pemasaran untuk perencanaan bisnis pertanian yang telah ditingkatkan

Kesenjangan Penelitian



- Resiko produksi dan penyebabnya
- Perdagangan antar pulau (termasuk kerugian produk)
- Kesempatan perkembangan ekspor dan kendala
- Memimpin perusahaan pada pasar premium (ekspor, organik, aman, supermarket)
 - Model bisnis
 - Pertanian kontrak
 - Tindakan kolektif
 - Skalabilitas