



Penerbit Yayasan
Cendikia Mulia Mandiri



KONSEP DASAR MANAJEMEN AGRIBISNIS

”

Muhammad Reza Aulia, S.Pt., M.Si
I Putu Gede Didik Widiarta, S.Pt., M.Pt
Riko Herdiansah, S.Pt., M.P
Astina, S.P., M.Si
Dr. Ir. Endah Lisarini, S.E., M.M
Gusti Marlioni, M.E
Dr. Amruddin, S.Pt., M.Pd., M.Si
Etty Sri Hertini, S.P., M.Si
Deri Kusmadeni, S.Kom., M.M

KONSEP DASAR MANAJEMEN AGRIBISNIS

Penulis:

**Muhammad Reza Aulia, S.Pt., M.Si
I Putu Gede Didik Widiarta, S.Pt., M.Pt
Riko Herdiansah, S.Pt., M.P
Astina, S.P., M.Si
Dr. Ir. Endah Lisarini, S.E., M.M
Gusti Marliani, M.E
Dr. Amruddin, S.Pt., M.Pd., M.Si
Etty Sri Hertini, S.P., M.Si
Deri Kusmadeni, S.Kom., M.M**



**Penerbit Yayasan
Cendikia Mulia Mandiri**

KONSEP DASAR MANAJEMEN AGRIBISNIS

Penulis:

Muhammad Reza Aulia, S.Pt., M.Si
I Putu Gede Didik Widiarta, S.Pt., M.Pt
Riko Herdiansah, S.Pt., M.P
Astina, S.P., M.Si
Dr. Ir. Endah Lisarini, S.E., M.M
Gusti Marliani, M.E
Dr. Amruddin, S.Pt., M.Pd., M.Si
Etty Sri Hertini, S.P., M.Si
Deri Kusmadeni, S.Kom., M.M

Editor:

Paput Tri Cahyono

Penerbit:

Yayasan Cendikia Mulia Mandiri

Redaksi:

Perumahan Cipta No.1
Kota Batam, 29444
Email: cendikiamuliamandiri@gmail.com

ISBN: 978-623-8576-48-7

Terbit: Mei 2024

IKAPI: 011/Kepri/2022

Exp. 31 Maret 2026

Ukuran:

x hal + 156 hal;
14,8cm x 21cm

Cetakan Pertama, 2024.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang.

Dilarang Keras Memperbanyak Karya Tulis Ini Dalam Bentuk Dan Dengan Cara Apapun
Tanpa Izin Tertulis Dari Penerbit

KATA PENGANTAR

Syukur *alhamdulillah* penulis haturkan kepada Allah Swt. yang senantiasa melimpahkan karunia dan berkah-Nya sehingga penulis mampu merampungkan karya ini tepat pada waktunya, sehingga penulis dapat menghadirkannya dihadapan para pembaca. Kemudian, tak lupa *shalawat* dan salam semoga senantiasa tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, para sahabat, dan ahli keluarganya yang mulia.

Dengan rasa rendah hati, kami dengan bangga mempersembahkan buku ini yang berjudul "Konsep Dasar Manajemen Agribisnis". Buku ini merupakan hasil kerja keras dan dedikasi kami dalam menggali dan menyajikan pemahaman mendalam tentang konsep-konsep kunci dalam manajemen agribisnis.

Pertanian dan agribisnis merupakan sektor yang vital dalam perekonomian global. Maka, pemahaman yang mendalam tentang prinsip-prinsip manajemen yang relevan sangatlah penting bagi kesuksesan dalam mengelola usaha di sektor ini. Dalam buku ini, kami mencoba untuk merangkum beragam konsep dasar manajemen agribisnis mulai dari perencanaan strategis, pengorganisasian, kepemimpinan, pengendalian kualitas, hingga evaluasi kinerja.

Kami menyadari bahwa topik ini memiliki kompleksitas yang tinggi, oleh karena itu, kami berusaha untuk menyajikan informasi dengan cara yang jelas, sistematis, dan komprehensif agar memudahkan pemahaman para pembaca. Kami juga menambahkan studi kasus, grafik, dan contoh praktis untuk memperkaya pembahasan dan memberikan gambaran yang lebih nyata.

Penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga bagi semua pihak yang telah berpartisipasi. Terakhir seperti kata pepatah bahwa” Tiada Gading Yang Tak Retak” maka penulisan buku ini juga jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis sangat berterima kasih apabila ada saran dan masukan yang dapat diberikan guna menyempurnakan buku ini di kemudian hari.

2024

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	v
BAB I RUANG LINGKUP MANAJEMEN AGRIBISNIS....	1
1.1. Sejarah dan Perkembangan Agribisnis.....	1
1.2. Scope Manajemen Agribisnis.....	3
1.3. Dimensi Agribisnis.....	7
1.4. Fitur-fitur Khas Agribisnis	9
1.5. Sifat dan Komponen Manajemen Agribisnis	10
1.6. Komponen Sektor Agribisnis.....	15
BAB II PERSPEKTIF MANAJEMEN AGRIBISNIS.....	17
2.1. Definisi Perspektif Manajemen Agribisnis...	17
2.2. Tujuan dari Perspektif Manajemen Agribisnis	17
2.3. Prinsip-Prinsip Manajemen dalam Konteks Pertanian	19
2.4. Tantangan dalam Agribisnis.....	21
2.5. Peluang dalam Agribisnis.....	22
2.6. Perubahan Iklim dan Dampaknya terhadap Agribisnis	24
2.7. Teknologi Terkini dalam Pertanian.....	25
2.8. Manajemen Teknologi dalam Pertanian	27
BAB III ORGANISASI AGRIBISNIS	31
3.1. Konsep Dasar Manajemen Agribisnis.....	31

3.2.	Sistem Informasi dalam Organisasi Agribisnis	32
3.3.	Model Organisasi Agribisnis.....	34
3.4.	Teknologi Informasi dalam Agribisnis	36
3.5.	Pengelolaan Data dan Informasi	39
3.6.	Tantangan dan Peluang dalam Implementasi Sistem Informasi Agribisnis	42
BAB IV KOPERASI DALAM AGRIBISNIS		47
4.1.	Konsep Dasar Koperasi.....	47
4.2.	Peran Koperasi dalam Pengembangan Agribisnis.....	50
4.3.	Manajemen Koperasi dalam Agribisnis	53
4.4.	Pemasaran dan Distribusi Produk Agribisnis oleh Koperasi.....	55
4.5.	Keanggotaan dan Partisipasi Anggota.....	58
BAB V PEMBIAYAAN AGRIBISNIS.....		63
5.1.	Pengertian Pembiayaan Agribisnis.....	63
5.2.	Jenis-Jenis Pembiayaan.....	63
5.3.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembiayaan Agribisnis	66
5.4.	Sumber Pembiayaan Agribisnis.....	68
5.5.	Proses Pembiayaan Agribisnis.....	72
5.6.	Manajemen Risiko Pembiayaan Agribisnis.	75
BAB VI SISTEM PEMASARAN PERUSAHAAN AGRIBISNIS		79
6.1.	Konsep Dasar Agribisnis	79
6.2.	Strategi Pemasaran dalam Agribisnis.....	81

6.3.	Rantai Pasok Agribisnis	84
6.4.	Sistem Pemasaran Tradisional dalam Agribisnis	86
6.5.	Pemasaran Digital dalam Agribisnis	89
BAB VII PENGENDALIAN PROSES PRODUKSI DALAM AGRIBISNIS.....		93
7.1.	Konsep Dasar Pengendalian Proses Produksi	93
7.2.	Tahap-Tahap Pengendalian Proses Produksi	96
7.3.	Metode-Metode Pengendalian Proses Produksi.....	98
7.4.	Teknologi dan Sistem Informasi dalam Pengendalian Proses Produksi	101
7.5.	Tantangan dan Peluang dalam Pengendalian Proses Produksi	104
BAB VIII PERENCANAAN PRODUKSI DALAM AGRIBISNIS.....		109
8.1.	Konsep Agribisnis	109
8.2.	Fungsi Perencanaan.....	112
8.3.	Produksi Pertanian.....	115
BAB IX PENGEMBANGAN PRODUK DALAM AGRIBISNIS.....		119
9.1.	Konsep Dasar Pengembangan Produk dalam Agribisnis	119
9.2.	Tahapan Pengembangan Produk.....	121
9.3.	Strategi Pengembangan Produk dalam Agribisnis	123

9.4.	Tantangan dan Peluang dalam Pengembangan Produk Agribisnis di Era Digital	125
9.5.	Etika Pengembangan Produk Dalam Agribisnis.....	128
BAB X MANAJEMEN PERSONALIA DALAM AGRIBISNIS		133
10.1.	Konsep dan Ruang Lingkup Manajemen Personalia Agribisnis	133
10.2.	Analisis Pekerjaan	135
10.3.	Perencanaan SDM Personalia Agribisnis ...	137
10.4.	Rekrutmen SDM Personalia Agribisnis	138
10.5.	Seleksi SDM (Personalia)	141
DAFTAR PUSTAKA		145

BAB I

RUANG LINGKUP MANAJEMEN

AGRIBISNIS

1.1. Sejarah dan Perkembangan Agribisnis

Pada awal abad ke-19, pertanian merupakan industri mandiri. Keluarga petani tipikal memproduksi makanan, bahan bakar, tempat tinggal, hewan penarik, pakan, alat, perlengkapan, dan bahkan pakaian sendiri. Hanya sedikit kebutuhan yang harus dipertukarkan atau dibeli di luar peternakan. Keluarga petani melaksanakan hampir semua operasi yang berkaitan dengan produksi, pengolahan, penyimpanan, dan distribusi komoditas pertanian. Namun, dalam beberapa tahun berikutnya, pertanian berkembang dari swasembada menjadi saling ketergantungan dengan segmen lain dari ekonomi, terutama yang terkait dengan pembuatan pasokan produksi dan pengolahan serta distribusi produk pangan dan serat.

Pendekatan agribisnis adalah metode pemeriksaan masalah pertanian dalam konteks baru dan lebih komprehensif. Salah satu manfaat dari pendekatan ini adalah pembebasan tenaga kerja - tenaga kerja

pertanian - dari pertanian untuk pekerjaan dalam profesi non-pertanian baru - termasuk angkatan bersenjata selama perang. Ini telah menghasilkan pertumbuhan dan perkembangan ekonomi yang luar biasa dan meningkatkan standar hidup.

Agribisnis terdiri dari beberapa juta unit pertanian dan ribuan unit bisnis, masing-masing sebagai entitas independen, bebas membuat keputusan sendiri. Agribisnis adalah jumlah total dari ratusan asosiasi perdagangan, organisasi komoditas, organisasi pertanian, badan penelitian semi-resmi, badan konferensi, dan komite, masing-masing berkonsentrasi pada kepentingannya sendiri. Pemerintah AS juga merupakan bagian dari agribisnis sejauh itu terlibat dalam penelitian, regulasi operasi pangan dan serat, serta kepemilikan dan perdagangan komoditas pertanian. Kolese yang berbasis tanah-tanah hibah, dengan pengajaran, stasiun eksperimen, dan fungsi perpanjangan mereka, membentuk sektor lain dari agribisnis. Secara ringkas, agribisnis ada dalam sebuah mozaik besar dari entitas terdesentralisasi, fungsi, dan operasi yang berkaitan dengan makanan dan serat.

Evolusi dari pertanian menjadi agribisnis telah membawa berbagai manfaat. Ini termasuk pengurangan pekerjaan kasar bagi pekerja:

pembebasan tujuan untuk usaha non-pertanian; kualitas makanan dan serat yang lebih baik; lebih banyak variasi produk; peningkatan gizi; dan peningkatan mobilitas orang. Pembebasan tenaga kerja pertanian dan penciptaan pekerjaan baru di luar pertanian telah menjadi dasar pertumbuhan dan perkembangan ekonomi negara selama 150 tahun terakhir. Kunci dari pertumbuhan dan perkembangan ini adalah peningkatan produktivitas pekerja, yang pada gilirannya mendorong kreativitas produk baru dan kekayaan. Ini berarti modal risiko, pabrik baru, pekerjaan, dan peningkatan daya beli konsumen.

Poin penting dalam Sejarah Manajemen Agribisnis:

- 1957 - Buku "A Concept of Agribusiness" ditulis oleh John Davis & Ray Goldberg.
- 1966 - Universitas Filipina memperkenalkan program ABM tingkat sarjana.
- 1969 - Seminar Manajemen Agribisnis Lanjutan pertama diadakan di MANILA.

1.2. Scope Manajemen Agribisnis

Manajemen agribisnis merupakan disiplin yang memadukan keterampilan bisnis dengan konteks industri pertanian. Dalam praktiknya, manajemen agribisnis melibatkan penerapan prinsip-prinsip bisnis

seperti pemasaran, keuangan, ekonomi, dan manajemen operasional dalam konteks pertanian. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dan profitabilitas di seluruh rantai nilai pertanian.

Salah satu aspek penting dari manajemen agribisnis adalah operasi pertanian itu sendiri. Ini mencakup pengelolaan lahan, produksi tanaman, dan pengelolaan sumber daya alam untuk memastikan hasil yang optimal. Di samping itu, manajemen rantai pasokan menjadi fokus utama dalam mengatur proses distribusi dan logistik dari produksi hingga konsumen akhir.

Tidak ketinggalan, pemasaran juga merupakan elemen penting dalam manajemen agribisnis. Melalui strategi pemasaran yang tepat, produk pertanian dapat dijual dengan efisien dan mencapai target pasar yang diinginkan. Manajemen keuangan juga menjadi kunci dalam mengelola sumber daya keuangan untuk mendukung keberlangsungan operasi pertanian.

Dengan ruang lingkup yang luas, manajemen agribisnis menawarkan berbagai peluang karier bagi para profesional yang berminat. Mulai dari peran di bidang akuntansi untuk mengelola keuangan perusahaan pertanian, hingga peran di sektor perbankan untuk mendukung investasi dalam

pertanian. Selain itu, terdapat peluang karier di industri pengolahan makanan, di mana produk pertanian diolah menjadi produk akhir yang siap konsumsi.

Tidak hanya itu, manajemen agribisnis juga menciptakan peluang untuk berkarier di bidang pemasaran, di mana strategi pemasaran produk pertanian dikembangkan dan diimplementasikan untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Di samping itu, jiwa kewirausahaan juga sangat diperlukan dalam industri pertanian, di mana para profesional dapat menciptakan usaha baru dan mengembangkan inovasi untuk meningkatkan nilai tambah dalam rantai nilai pertanian.

Berikut ada poin-poin penting dari ruang lingkup manajemen agribisnis:

1. Kebutuhan harian akan produk makanan dan serat yang tepat (tempat, bentuk, dan waktu) dipenuhi melalui kerja keras dan efisien dari banyak personel bisnis di sektor input, pertanian, produksi pangan, dan juga dalam pemasarannya.
2. Agribisnis menggabungkan beragam usaha komersial, menggunakan kombinasi heterogen tenaga kerja, bahan, modal, dan teknologi.

3. Ini adalah sektor yang dinamis dan terus memenuhi tuntutan konsumen saat ini di pasar domestik dan dunia.
4. Ini memperkuat fasilitas infrastruktur seperti area, perluasan kredit, agen pasokan bahan baku, adopsi teknologi modern dalam produksi dan pemasaran produk pertanian.
5. Agribisnis menyediakan hubungan maju dan mundur yang penting.
6. Agribisnis menciptakan peluang kerja potensial.
7. Ini menambah nilai produk dan dengan demikian meningkatkan keuntungan bersih.

Pertanian memiliki potensi besar karena mencakup tidak hanya berbagai kegiatan tetapi juga berbagai macam kegiatan. Seperti:

1. Sektor Pasokan Sumber Daya. Banyak industri dapat dimulai di sektor pasokan sumber daya seperti industri pakan, lembaga keuangan, industri pupuk, kimia pertanian, dan layanan pengeboran.
2. Sektor Pemasaran Produk. Ada potensi besar dalam pemasaran komoditas pertanian. Sekitar sepertiga dari jumlah penduduk yang bekerja terlibat dalam pemasaran pertanian. Sektor ini

terdiri dari pengembangan pasar, penyimpanan, gudang, penyimpanan dingin, transportasi pra-pendinginan, dll.

3. Sektor Pengolahan. Beberapa industri pengolahan makanan seperti pabrik gula, industri susu, industri unggas, industri pengolahan buah, industri tekstil, industri kayu-kertas, dapat dimulai yang dapat menambah nilai produk dari 50% hingga 300%.
4. Sektor Grosir dan Eceran. Industri yang memproduksi makanan, sabun, cat, kulit, tekstil, dll. adalah industri berbasis agro. Dalam bentuk aslinya, produk tersebut diubah sebelum dijual kepada pedagang besar atau eceran.

1.3. Dimensi Agribisnis

Dimensi agribisnis mencakup berbagai aspek yang memengaruhi dan membentuk industri pertanian secara keseluruhan. Hal ini mencakup hal-hal seperti:

1. Agribisnis menangani berbagai komponen dari sektor pertanian dan industri, ketergantungan mereka satu sama lain, dan pengaruh satu sektor terhadap yang lain.
2. Agribisnis menangani proses pengambilan keputusan pertanian baik swasta maupun

pemerintah dalam kaitannya dengan aspek produksi dan penjualan.

3. Agribisnis menangani kekuatan dan kelemahan suatu proyek serta vitalitas mereka dalam persaingan usaha.
4. Agribisnis selalu berorientasi pada pasar.
5. Struktur Agribisnis umumnya bersifat vertikal dan terdiri dari:
 - a. Kebijakan dan program pemerintah terkait peningkatan tanaman atau perusahaan bicara, dll.,
 - b. Program penelitian dan perluasan pemerintah.
 - c. Pasokan atau input pertanian
 - d. Produksi pertanian
 - e. Pengolahan
 - f. Pemasaran produk pertanian

Semua dimensi ini saling terkait dan saling memengaruhi dalam membentuk industri agribisnis secara keseluruhan. Memahami dan mengelola dengan baik setiap dimensi ini adalah kunci kesuksesan dalam menjalankan bisnis pertanian yang berkelanjutan dan menguntungkan.

1.4. Fitur-fitur Khas Agribisnis

Fitur-fitur khas atau karakteristik utama dari agribisnis adalah sebagai berikut:

1. Manajemen bervariasi dari bisnis ke bisnis tergantung pada jenis dan tipe bisnis. Ini bervariasi dari produsen dasar hingga broker, pedagang besar, pengolah, pembungkus, produsen, pemilik gudang, pengangkut, pengecer, dll.
2. Agribisnis sangat besar dan berkembang untuk menangani produk melalui berbagai saluran pemasaran dari produsen hingga konsumen.
3. Manajemen bervariasi dengan beberapa juta petani yang menghasilkan ratusan produk makanan dan ternak.
4. Terdapat variasi yang sangat besar dalam ukuran agribisnis; beberapa sangat besar, sementara banyak lainnya adalah organisasi satu orang atau satu keluarga.
5. Sebagian besar unit Agribisnis bersifat konservatif dan subsisten serta berorientasi keluarga dan menangani bisnis yang dijalankan oleh anggota keluarga.

6. Produksi Agribisnis bersifat musiman dan bergantung pada produksi pertanian. Mereka menangani ketidakpastian alam.
7. Agribisnis selalu berorientasi pada pasar.
8. Mereka secara vertikal terintegrasi, namun beberapa secara horizontal terintegrasi dan banyak yang bergabung.
9. Terdapat dampak langsung dari program pemerintah terhadap produksi dan kinerja Agribisnis.

1.5. Sifat dan Komponen Manajemen Agribisnis

Saat ini bisnis telah menjadi sangat kompetitif dan kompleks. Ini terutama disebabkan oleh perubahan selera dan tren konsumen di satu sisi, dan pengenalan barang pengganti yang lebih murah dan lebih baik, di sisi lain.

Dahulu, ajaran "produksi dan penjualan" telah berubah seiring waktu menjadi "produksi hanya apa yang diinginkan pelanggan". Memang, mengetahui apa yang diinginkan pelanggan tidak pernah mudah. Namun, seorang operator petani / manajer petani harus mempertimbangkan hal ini dengan baik untuk membuat bisnisnya sukses.

Persyaratan penting untuk kesuksesan dalam bisnis modern adalah:

1. Tujuan yang jelas. Penetapan tujuan adalah salah satu prasyarat paling penting untuk kesuksesan bisnis. Tujuan yang ditetapkan harus realistis dan jelas. Kemudian, semua upaya bisnis harus diarahkan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Dalam sebuah perjalanan, seseorang harus tahu tujuan apa yang akan dicapai.
2. Perencanaan. Dalam kata-kata sederhana, perencanaan adalah garis tindakan yang telah ditentukan sebelumnya. Pencapaian tujuan yang ditetapkan, dalam banyak hal, tergantung pada perencanaan itu sendiri. Dikatakan bahwa tidak butuh waktu untuk melakukan sesuatu, tetapi butuh waktu untuk memutuskan apa dan bagaimana melakukannya. Perencanaan adalah proposal berdasarkan pengalaman dan tren saat ini untuk tindakan masa depan. Dengan kata lain, itu adalah analisis masalah dan mencari solusi untuk mengatasinya dengan referensi pada tujuan pertanian.
3. Organisasi yang baik. Sebuah organisasi adalah seni atau ilmu membangun keseluruhan

sistematis dari beberapa bagian tetapi terkait. Sama seperti kerangka manusia dibangun dari berbagai bagian seperti jantung, hati, otak, kaki, dll. Demikian juga, organisasi bisnis adalah kombinasi harmonis dari manusia, mesin, material, uang, manajemen, dll., sehingga semuanya dapat bekerja bersama sebagai satu kesatuan, yaitu "bisnis" "agribisnis". Organisasi adalah kombinasi sistematis dari berbagai bagian terkait untuk mencapai tujuan yang ditentukan secara efektif.

4. Penelitian. Seperti yang disebutkan sebelumnya, filosofi produksi pertanian saat ini adalah "produksi apa yang diinginkan pelanggan". "Perilaku konsumen" dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti budaya, sosial, personal, dan psikologis. Pengetahuan tentang faktor-faktor ini diperoleh melalui riset pasar. Riset adalah pencarian sistematis untuk pengetahuan baru. Riset pasar memungkinkan sebuah bisnis untuk menemukan metode produksi baru, meningkatkan kualitas produk, dan mengembangkan produk baru sesuai dengan perubahan selera dan keinginan konsumen.

5. Keuangan. Keuangan dikatakan sebagai "darah" dari perusahaan bisnis. Ini menggabungkan tanah, tenaga kerja, mesin, dan bahan baku ke dalam produksi. Agribisnis harus memperkirakan kebutuhan keuangannya dengan baik sehingga dapat menjaga roda bisnis tetap bergerak. Oleh karena itu, pengaturan yang tepat harus dibuat untuk mendapatkan keuangan yang diperlukan untuk perusahaan.
6. Lokasi, Tata Letak, dan Ukuran Pabrik yang Tepat. Keberhasilan agribisnis sangat bergantung pada lokasi di mana bisnis itu dibangun. Lokasi bisnis harus nyaman dari berbagai sudut pandang seperti ketersediaan fasilitas infrastruktur yang diperlukan, ketersediaan input seperti bahan baku, tenaga kerja terampil, dekat dengan pasar, dll. Oleh karena itu, para pengusaha harus cukup berhati-hati dalam tahap awal untuk memilih lokasi yang cocok untuk bisnis mereka. Ukuran bisnis juga penting karena kebutuhan akan fasilitas infrastruktur dan input bervariasi sesuai dengan ukuran bisnis tersebut. Kebutuhan akan bahan, misalnya, akan lebih sedikit dalam perusahaan dengan ukuran yang

sama dibandingkan dengan perusahaan dengan ukuran yang lebih besar.

7. Manajemen yang Efisien: Salah satu alasan kegagalan bisnis sering disebabkan oleh manajemen yang buruk atau tidak efisien. Satu orang, yaitu pemilik, mungkin tidak sama baiknya di semua bidang bisnis. Pebisnis yang efisien dapat membuat penggunaan yang tepat dari sumber daya yang tersedia untuk mencapai tujuan bisnis yang ditetapkan.
8. Hubungan Harmonis dengan Para Pekerja: Dalam organisasi agribisnis, petani / operator petani menduduki tempat yang berbeda karena dia adalah faktor manusia yang hidup di antara semua faktor produksi. Sebenarnya, faktor manusia yang membuat penggunaan faktor non-manusia lainnya seperti tanah, mesin, uang, dll. Oleh karena itu, untuk operasi bisnis yang sukses, harus dijaga hubungan yang baik dan harmonis dengan pekerja / buruh untuk mendapatkan kerjasama penuh mereka dalam mencapai kegiatan bisnis.

1.6. Komponen Sektor Agribisnis

Komponen Sektor Agribisnis adalah sebagai:

- a. **Sektor Input** menangani pasokan input yang diperlukan oleh petani untuk menanam tanaman, beternak, dan usaha terkait lainnya. Ini termasuk benih, pupuk, bahan kimia, mesin, dan bahan bakar.
- b. **Sektor Pertanian** bertujuan untuk menghasilkan tanaman, ternak, dan produk lainnya.
- c. **Sektor Produk** menangani berbagai aspek seperti penyimpanan, pengolahan, dan pemasaran produk jadi untuk memenuhi kebutuhan dinamis konsumen.

Oleh karena itu, Agribisnis adalah total keseluruhan operasi atau kegiatan yang terlibat dalam bisnis produksi dan pemasaran pasokan pertanian dan produk pertanian untuk mencapai tujuan yang ditargetkan.

BAB II

PERSPEKTIF MANAJEMEN AGRIBISNIS

2.1. Definisi Perspektif Manajemen Agribisnis

Perspektif Manajemen Agribisnis adalah pendekatan yang melibatkan penerapan prinsip-prinsip manajemen dalam konteks industri pertanian dan agroindustri. Ini mencakup penggunaan strategi, teknik, dan alat manajemen untuk mengoptimalkan efisiensi, produktivitas, dan keberlanjutan dalam berbagai aspek operasional pertanian. Perspektif ini mengintegrasikan aspek-aspek manajemen seperti perencanaan strategis, pengelolaan sumber daya, pemasaran, keuangan, inovasi, dan pengembangan produk dalam aktivitas sehari-hari bisnis pertanian.

2.2. Tujuan dari Perspektif Manajemen Agribisnis

Tujuan dari Perspektif Manajemen Agribisnis adalah untuk meningkatkan kinerja dan keberlanjutan dalam industri pertanian dan agroindustri melalui penerapan prinsip-prinsip dan praktik manajemen yang efektif. Berikut adalah beberapa tujuan utama dari Perspektif Manajemen Agribisnis :

a. Meningkatkan Efisiensi Operasional

Dengan menggunakan teknik dan alat manajemen yang tepat, tujuan Perspektif Manajemen Agribisnis adalah untuk meningkatkan efisiensi dalam operasi pertanian, termasuk pengelolaan sumber daya, produksi, dan distribusi.

b. Meningkatkan Produktivitas

Manajemen Agribisnis bertujuan untuk meningkatkan produktivitas pertanian dengan mengoptimalkan penggunaan sumber daya, menerapkan teknologi yang tepat, dan meningkatkan kualitas produk.

c. Meningkatkan Kualitas Produk

Selain meningkatkan produktivitas, Perspektif Manajemen Agribisnis juga bertujuan untuk meningkatkan kualitas produk pertanian agar memenuhi standar pasar dan kebutuhan konsumen.

d. Optimasi Pemasaran dan Distribusi

Tujuan lainnya adalah untuk mengoptimalkan strategi pemasaran dan distribusi produk pertanian, termasuk identifikasi pasar potensial, pengembangan merek, penetapan harga yang tepat, dan pengelolaan saluran distribusi.

e. Pengelolaan Keuangan yang Efektif

Manajemen Agribisnis bertujuan untuk mengelola keuangan pertanian dengan efektif, termasuk perencanaan anggaran, pemantauan arus kas, manajemen risiko keuangan, dan pengelolaan investasi.

2.3. Prinsip-Prinsip Manajemen dalam Konteks Pertanian

Prinsip-prinsip manajemen dalam konteks pertanian adalah landasan atau aturan dasar yang digunakan untuk mengelola operasi pertanian secara efektif. Prinsip-prinsip ini membantu petani dan pengelola pertanian dalam mengambil keputusan yang tepat untuk mencapai tujuan-tujuan bisnis mereka. Berikut adalah beberapa prinsip-prinsip manajemen yang penting dalam konteks pertanian :

1. Perencanaan yang Matang

Merencanakan dengan baik merupakan prinsip mendasar dalam manajemen pertanian. Ini melibatkan penetapan tujuan jangka panjang dan jangka pendek, identifikasi sumber daya yang diperlukan, dan pengembangan strategi untuk mencapai tujuan tersebut.

2. Pengorganisasian yang Efisien

Prinsip ini berkaitan dengan pengaturan struktur organisasi yang efisien dan pengelolaan sumber daya manusia dengan baik. Hal ini mencakup alokasi tugas dan tanggung jawab yang jelas, pembagian kerja yang efisien, dan pengembangan tim kerja yang produktif.

3. Pengendalian yang Efektif

Pengendalian adalah prinsip penting dalam manajemen pertanian yang mencakup pemantauan kinerja, evaluasi hasil, dan penyesuaian kebijakan atau tindakan jika diperlukan. Ini membantu dalam memastikan bahwa operasi pertanian berjalan sesuai dengan rencana dan tujuan yang ditetapkan.

4. Koordinasi yang Baik

Prinsip koordinasi melibatkan sinkronisasi berbagai kegiatan dalam pertanian untuk mencapai tujuan secara efektif. Ini mencakup koordinasi antara berbagai departemen atau unit dalam sebuah pertanian, serta hubungan dengan mitra bisnis dan pemangku kepentingan lainnya.

5. Komitmen terhadap Keberlanjutan

Manajemen pertanian yang efektif harus memperhatikan prinsip keberlanjutan, yaitu

mempertimbangkan dampak jangka panjang dari keputusan dan praktik pertanian terhadap lingkungan, sosial, dan ekonomi.

2.4. Tantangan dalam Agribisnis

Tantangan dalam agribisnis dapat bervariasi dari perubahan iklim hingga masalah kebijakan perdagangan internasional. Berikut adalah beberapa tantangan utama dalam agribisnis :

1. Perubahan Iklim

Perubahan iklim menyebabkan fluktuasi cuaca ekstrem, seperti kekeringan, banjir, dan badai, yang dapat mengganggu produksi tanaman dan mengancam keberlanjutan pertanian.

2. Keterbatasan Sumber Daya

Terbatasnya sumber daya alam seperti air dan lahan pertanian menjadi hambatan bagi pertumbuhan dan pengembangan sektor pertanian.

3. Kesehatan Tanaman dan Hewan

Penyakit tanaman, serangan hama, dan masalah kesehatan hewan dapat mengancam hasil panen dan kesejahteraan ternak, yang berdampak negatif pada produktivitas dan pendapatan petani.

4. Fluktuasi Pasar

Agribisnis sangat dipengaruhi oleh fluktuasi harga komoditas, permintaan konsumen, dan kebijakan perdagangan internasional, yang dapat mengakibatkan ketidakpastian dan risiko keuangan bagi pelaku bisnis.

5. Teknologi dan Inovasi

Adopsi teknologi pertanian dan inovasi masih terbatas di beberapa wilayah, menyebabkan ketimpangan dalam produktivitas antara petani yang menerapkan teknologi dan yang tidak.

2.5. Peluang dalam Agribisnis

Peluang dalam agribisnis mencakup beragam potensi pertumbuhan dan pengembangan di sektor pertanian dan agroindustri. Berbagai faktor, seperti peningkatan permintaan akan produk pertanian, kemajuan teknologi, dan perubahan pola konsumsi, membuka peluang baru bagi para pelaku bisnis di seluruh rantai pasok agribisnis. Berikut beberapa peluang utama dalam agribisnis :

a. Peningkatan Permintaan Pangan

Pertumbuhan populasi global dan peningkatan pendapatan di negara-negara berkembang meningkatkan permintaan akan produk

pertanian, termasuk sereal, daging, produk susu, dan sayuran. Ini menciptakan peluang untuk meningkatkan produksi dan ekspor produk pertanian.

b. Pasar Organik dan Berkelanjutan

Kesadaran akan pentingnya makanan organik dan berkelanjutan semakin meningkat di kalangan konsumen. Ini menciptakan peluang bagi petani untuk memasuki pasar organik dan berkelanjutan yang menjanjikan harga yang lebih tinggi dan pangsa pasar yang stabil.

c. Teknologi Pertanian dan Inovasi

Kemajuan dalam teknologi pertanian, seperti sensor tanah, pemetaan digital, dan bioteknologi, membuka peluang untuk meningkatkan efisiensi produksi, mengurangi biaya, dan meningkatkan kualitas produk.

d. Ekspor dan Pasar Internasional

Pembukaan pasar internasional dan peningkatan perdagangan global memungkinkan pelaku bisnis agribisnis untuk memperluas jangkauan pasar mereka dan memasuki pasar ekspor yang menjanjikan.

e. Agribisnis Berbasis Komunitas

Adopsi model agribisnis berbasis komunitas, seperti pasar petani dan program CSA (*Community Supported Agriculture*), meningkatkan keterlibatan komunitas dalam produksi dan pemasaran produk pertanian lokal.

2.6. Perubahan Iklim dan Dampaknya terhadap Agribisnis

Perubahan iklim memiliki dampak signifikan pada sektor agribisnis di seluruh dunia. Perubahan ini dapat mempengaruhi produktivitas tanaman, ketersediaan air, dan kestabilan lingkungan pertanian. Berikut perubahan iklim dan dampaknya terhadap agribisnis :

1. Pola Cuaca yang Tidak Stabil

Perubahan iklim menyebabkan fluktuasi cuaca ekstrem, seperti kekeringan, banjir, badai, dan gelombang panas yang lebih sering terjadi. Hal ini mengganggu pola tanam, panen, dan produksi pertanian.

2. Peningkatan Suhu

Peningkatan suhu global dapat mempengaruhi pertumbuhan tanaman dengan mengubah distribusi suhu, meningkatkan evaporasi, dan mempercepat penguapan air dari tanah. Hal ini

dapat menyebabkan stres panas pada tanaman dan menurunkan produktivitas pertanian.

3. Perubahan Pola Hujan

Perubahan iklim memengaruhi pola hujan, baik dalam intensitas maupun distribusinya. Kekeringan dan banjir yang lebih sering terjadi dapat mengganggu produksi pertanian, terutama di daerah yang bergantung pada irigasi alami.

4. Perubahan Penyebaran Hama dan Penyakit

Perubahan iklim dapat memengaruhi penyebaran hama dan penyakit tanaman serta hewan. Hama dan penyakit baru dapat muncul atau menyebar ke wilayah yang sebelumnya terlindungi, mengancam hasil panen dan kesejahteraan ternak.

5. Ketersediaan Air

Perubahan iklim juga mempengaruhi ketersediaan air untuk pertanian. Penurunan curah hujan atau perubahan pola hujan dapat mengurangi sumber daya air, menyebabkan kekeringan, dan mengganggu sistem irigasi.

2.7. Teknologi Terkini dalam Pertanian

Teknologi terkini dalam pertanian mengacu pada

berbagai inovasi teknologi yang diterapkan dalam berbagai aspek pertanian untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan keberlanjutan. Inovasi-inovasi ini mencakup berbagai bidang, mulai dari pemantauan tanaman hingga otomatisasi pertanian. Berikut beberapa teknologi terkini dalam pertanian :

a. Sensor dan Pemantauan Tanaman

Penggunaan sensor dan perangkat pemantauan seperti drone, satelit, dan sensor tanah memungkinkan para petani untuk memantau kondisi tanaman secara real-time. Informasi yang diperoleh, seperti kelembaban tanah, kandungan nutrisi, dan kondisi tanaman, dapat digunakan untuk mengoptimalkan penggunaan air, pupuk, dan pestisida.

b. Pertanian Presisi

Teknologi pertanian presisi memungkinkan aplikasi input pertanian, seperti air, pupuk, dan pestisida, dengan presisi tinggi berdasarkan kebutuhan tanaman dan kondisi lahan. Hal ini mengurangi pemborosan input dan meningkatkan efisiensi produksi.

c. *Internet of Things* (IoT) dalam Pertanian

Integrasi sensor, perangkat, dan sistem ke dalam *Internet of Things* (IoT) memungkinkan

pengumpulan dan analisis data secara otomatis. Hal ini memfasilitasi pengambilan keputusan yang lebih cerdas dalam manajemen pertanian, seperti irigasi berbasis data dan pemantauan cuaca.

d. Pertanian Vertikal dan Hidroponik

Teknologi pertanian vertikal dan hidroponik memungkinkan produksi tanaman dalam ruang terbatas, seperti gedung-gedung perkotaan. Sistem ini menggunakan teknologi pengaturan cahaya, suhu, dan nutrisi untuk mendukung pertumbuhan tanaman yang optimal tanpa menggunakan tanah.

e. Robotika dan Automatisasi

Penggunaan robot dan peralatan otomatis dalam pertanian membantu dalam berbagai tugas, seperti penanaman, pemupukan, dan pemanenan. Ini meningkatkan efisiensi dan mengurangi ketergantungan pada tenaga kerja manusia.

2.8. Manajemen Teknologi dalam Pertanian

Manajemen Teknologi dalam Pertanian merujuk pada proses pengelolaan dan penerapan teknologi dalam aktivitas pertanian untuk meningkatkan

efisiensi, produktivitas, dan keberlanjutan. Ini melibatkan perencanaan, pengembangan, implementasi, dan evaluasi teknologi pertanian secara efektif. Berikut manajemen teknologi dalam pertanian :

1. Perencanaan Implementasi

Tahap awal dari manajemen teknologi dalam pertanian melibatkan perencanaan strategis implementasi teknologi. Ini melibatkan identifikasi kebutuhan teknologi yang spesifik, penentuan sumber daya yang diperlukan, dan perencanaan langkah-langkah untuk mengadopsi teknologi tersebut.

2. Pengembangan dan Pengujian

Setelah perencanaan, teknologi pertanian perlu dikembangkan dan diuji untuk memastikan kinerjanya sesuai dengan harapan. Pengembangan teknologi dapat melibatkan riset dan pengembangan internal, atau keterlibatan dengan pihak ketiga seperti lembaga riset atau perusahaan teknologi.

3. Implementasi

Tahap implementasi teknologi melibatkan penerapan teknologi dalam praktik pertanian sehari-hari. Ini mencakup pelatihan petani atau operator tentang penggunaan teknologi,

integrasi teknologi ke dalam proses pertanian yang ada, dan pemantauan kinerja teknologi setelah implementasi.

4. Pengelolaan Data

Manajemen teknologi juga mencakup pengelolaan data yang dihasilkan oleh teknologi pertanian. Ini melibatkan pengumpulan, penyimpanan, dan analisis data untuk menghasilkan informasi yang dapat digunakan dalam pengambilan keputusan pertanian.

5. Evaluasi dan Peningkatan

Penting untuk terus-menerus mengevaluasi kinerja teknologi pertanian dan melakukan penyesuaian jika diperlukan. Evaluasi ini dapat melibatkan umpan balik dari pengguna, analisis hasil, dan identifikasi area untuk peningkatan lebih lanjut.

BAB III

ORGANISASI AGRIBISNIS

3.1. Konsep Dasar Manajemen Agribisnis

Konsep Dasar Manajemen Agribisnis mencakup prinsip-prinsip dasar yang digunakan dalam mengelola operasi bisnis di sektor pertanian dan peternakan. Berikut adalah penjelasan tentang konsep dasar manajemen agribisnis:

1. Definisi Manajemen Agribisnis

Manajemen agribisnis merupakan disiplin yang berfokus pada perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya dalam aktivitas pertanian dan peternakan. Tujuannya adalah untuk mencapai tujuan-tujuan bisnis yang efektif dan efisien dalam konteks industri pertanian.

2. Peran dan Tanggung Jawab Manajer Agribisnis

Manajer agribisnis bertanggung jawab untuk mengelola berbagai aspek operasional dalam bisnis pertanian dan peternakan. Ini termasuk perencanaan tanam, manajemen hama dan penyakit tanaman, manajemen stok pakan ternak, pemilihan varietas tanaman atau bibit,

manajemen keuangan, pemasaran produk pertanian atau hasil ternak, dan lain sebagainya.

3. Tantangan Utama dalam Manajemen Agribisnis
Tantangan dalam manajemen agribisnis meliputi faktor-faktor seperti fluktuasi harga komoditas pertanian, perubahan iklim, kebijakan pemerintah, masalah keamanan pangan, teknologi pertanian yang berkembang pesat, serta kebutuhan untuk beradaptasi dengan tren pasar global.

Konsep dasar manajemen agribisnis membantu para pemangku kepentingan dalam industri pertanian dan peternakan untuk memahami prinsip-prinsip yang diperlukan untuk mengelola bisnis dengan efektif. Dengan menerapkan konsep ini, manajer agribisnis dapat mengidentifikasi peluang, mengelola risiko, dan meningkatkan produktivitas serta profitabilitas dalam usaha.

3.2. Sistem Informasi dalam Organisasi Agribisnis

Sistem Informasi dalam Organisasi Agribisnis merupakan kerangka konseptual yang menggambarkan bagaimana teknologi informasi digunakan untuk mengumpulkan, menyimpan, mengolah, dan

menyebarkan informasi yang relevan dalam konteks industri pertanian dan peternakan. Penjelasan lebih rinci tentang sistem informasi dalam organisasi agribisnis dapat mencakup beberapa aspek penting:

a. Pengertian Sistem Informasi

Sistem Informasi dalam konteks agribisnis mengacu pada infrastruktur teknologi dan proses bisnis yang digunakan untuk mengelola informasi yang berkaitan dengan produksi, pengolahan, pemasaran, dan distribusi produk pertanian dan hasil ternak.

b. Manfaat Sistem Informasi dalam Agribisnis

Sistem Informasi membantu meningkatkan efisiensi operasional dan pengambilan keputusan dalam berbagai aspek bisnis agribisnis. Misalnya, sistem informasi dapat digunakan untuk memantau kondisi pertanian, mengelola inventaris, menganalisis kinerja keuangan, memperkirakan permintaan pasar, dan lain sebagainya.

c. Hubungan antara Sistem Informasi dan Manajemen Agribisnis

Sistem Informasi yang efektif mendukung proses manajemen agribisnis dengan menyediakan informasi yang akurat, relevan,

dan tepat waktu kepada manajer dan pemangku kepentingan lainnya. Hal ini memungkinkan para pengambil keputusan untuk merencanakan, mengorganisir, mengarahkan, dan mengendalikan operasi bisnis secara lebih efektif. Sistem Informasi dalam Organisasi Agribisnis dapat mencakup aplikasi perangkat lunak khusus seperti sistem manajemen pertanian, sistem informasi pangan, sistem manajemen peternakan, dan sistem pemantauan iklim. Selain itu, teknologi seperti sensor pertanian, pemrosesan citra satelit, dan analisis big data juga dapat digunakan untuk mengoptimalkan sistem informasi dalam agribisnis.

Dengan menerapkan sistem informasi yang tepat, organisasi agribisnis dapat meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan keuntungan, serta memperkuat daya saing dalam industri yang semakin kompleks dan berubah dengan cepat.

3.3. Model Organisasi Agribisnis

Model Organisasi Agribisnis adalah representasi struktur organisasi dan hubungan antarbagian dalam

industri pertanian dan peternakan. Penjelasan tentang model organisasi agribisnis mencakup beberapa aspek kunci:

1. Model Agribisnis Vertikal

Model ini mencakup rantai pasokan lengkap dari produksi hingga pemasaran produk pertanian atau hasil ternak. Dalam model ini, satu entitas dapat memiliki kontrol penuh atas seluruh proses, mulai dari produksi bahan baku hingga distribusi produk jadi. Contoh model ini adalah perusahaan yang memiliki pertanian sendiri, fasilitas pengolahan, dan jaringan distribusi.

2. Model Agribisnis Horizontal

Model ini melibatkan kolaborasi antara beberapa entitas bisnis dalam industri pertanian untuk saling mendukung dalam satu atau beberapa tahapan proses bisnis. Contoh model ini adalah koperasi petani yang bekerja sama dalam pengadaan input pertanian, pemasaran hasil panen, atau penggunaan fasilitas pengolahan bersama.

3. Model Agribisnis Integratif

Model ini menggabungkan aspek vertikal dan horizontal dari industri pertanian dan

peternakan. Ini melibatkan kolaborasi antara berbagai tahap rantai pasokan, serta kemitraan antara produsen, pengolah, distributor, dan pengecer. Contoh model ini adalah rantai pasokan terintegrasi yang dimiliki dan dioperasikan oleh sebuah perusahaan besar yang mengendalikan semua aspek dari produksi hingga pemasaran.

Penjelasan tentang model organisasi agribisnis membantu pemangku kepentingan dalam industri untuk memahami struktur dan dinamika bisnis di sektor pertanian dan peternakan. Dengan memahami berbagai model ini, para pengusaha dapat memilih dan menerapkan strategi organisasi yang sesuai dengan tujuan, sumber daya, dan kondisi pasar.

3.4. Teknologi Informasi dalam Agribisnis

Teknologi Informasi (TI) memainkan peran penting dalam industri agribisnis, membantu meningkatkan efisiensi operasional, produktivitas, dan keberlanjutan. Berikut adalah penjelasan lebih lanjut tentang peran dan manfaat Teknologi Informasi dalam agribisnis:

- a. Pemantauan Pertanian dan Peternakan

Teknologi Informasi memungkinkan penggunaan sensor, drone, dan sistem pemantauan jarak jauh lainnya untuk mengawasi kondisi tanah, pertumbuhan tanaman, dan kesehatan hewan. Data yang dikumpulkan ini dapat digunakan untuk mengidentifikasi masalah secara dini, memantau produktivitas, dan mengoptimalkan penggunaan sumber daya.

- b. Pemilihan Varietas dan Manajemen Pemupukan
Berbagai aplikasi perangkat lunak membantu petani dalam memilih varietas tanaman yang sesuai dengan kondisi lingkungan dan kebutuhan pasar. Selain itu, sistem informasi geografis (SIG) dan teknologi presisi dapat digunakan untuk merencanakan dan menerapkan pemupukan yang tepat, mengoptimalkan hasil tanaman, dan mengurangi dampak lingkungan.
- c. Manajemen Gudang dan Distribusi
Sistem Informasi dapat digunakan untuk mengelola persediaan, memantau kualitas produk, dan mengatur distribusi secara efisien. Teknologi seperti barcode, RFID, dan IoT (Internet of Things) memungkinkan pelacakan

real-time dari bahan mentah hingga produk jadi, mempercepat proses pengiriman dan mengurangi risiko kehilangan atau kerusakan barang.

d. Pemasaran dan Penjualan

Platform e-commerce, aplikasi seluler, dan media sosial memungkinkan para petani dan produsen untuk mencapai pasar yang lebih luas dan meningkatkan visibilitas produk. Teknologi juga dapat digunakan untuk menganalisis tren pasar, memahami preferensi konsumen, dan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif.

e. Manajemen Keuangan dan Pelaporan

Perangkat lunak akuntansi dan manajemen keuangan membantu petani dan pemilik bisnis agribisnis dalam melacak pendapatan dan pengeluaran, mengelola hutang dan piutang, serta membuat laporan keuangan yang akurat dan transparan. Hal ini membantu dalam pengambilan keputusan finansial yang tepat dan memenuhi persyaratan perpajakan dan peraturan lainnya.

f. Inovasi dan Pengembangan Produk

TI memfasilitasi inovasi dan pengembangan produk baru dalam industri agribisnis. Misalnya, penggunaan bioteknologi dan rekayasa genetika dalam pengembangan varietas tanaman atau jenis hewan yang lebih tahan terhadap penyakit atau lingkungan tertentu.

Penerapan Teknologi Informasi dalam agribisnis membutuhkan investasi awal dalam infrastruktur teknologi dan pelatihan sumber daya manusia. Namun, dengan adopsi yang tepat, TI dapat menjadi alat yang kuat untuk meningkatkan produktivitas, keberlanjutan, dan daya saing dalam industri agribisnis.

3.5. Pengelolaan Data dan Informasi

Pengelolaan Data dan Informasi adalah proses pengumpulan, penyimpanan, pengolahan, analisis, dan distribusi data serta informasi dalam suatu organisasi atau konteks tertentu. Ini melibatkan langkah-langkah untuk memastikan bahwa data dan informasi yang relevan dan akurat tersedia untuk pengambilan keputusan yang efektif dan untuk mendukung operasi bisnis yang lancar. Berikut adalah penjelasan lebih rinci tentang pengelolaan data dan informasi:

1. Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data melibatkan akuisisi informasi dari berbagai sumber, baik internal maupun eksternal organisasi. Ini bisa meliputi data operasional sehari-hari, data pasar, data pengguna, dan banyak lagi. Pengumpulan data ini dapat dilakukan melalui survei, sensor, sistem pencatatan internal, atau sumber lainnya.

2. Penyimpanan Data

Data yang dikumpulkan perlu disimpan secara aman dan terstruktur agar mudah diakses dan dikelola. Ini dapat dilakukan melalui penggunaan sistem basis data atau penyimpanan awan yang aman dan dapat diakses. Pemilihan sistem penyimpanan harus mempertimbangkan kebutuhan organisasi akan kapasitas, keamanan, dan skalabilitas.

3. Pengolahan Data

Data yang disimpan kemudian diolah untuk mengubahnya menjadi informasi yang lebih berguna. Ini bisa melibatkan transformasi, agregasi, atau analisis statistik dari data untuk mengungkapkan pola atau tren yang bermanfaat bagi organisasi. Pengolahan data ini

sering melibatkan penggunaan perangkat lunak khusus seperti aplikasi analisis data atau perangkat lunak kecerdasan bisnis.

4. Analisis Data

Analisis data adalah proses mengeksplorasi, menganalisis, dan menafsirkan data untuk mendapatkan wawasan yang bermanfaat. Ini dapat mencakup analisis deskriptif untuk memahami apa yang terjadi, analisis prediktif untuk memprediksi apa yang akan terjadi di masa depan, dan analisis preskriptif untuk menyarankan tindakan yang harus diambil berdasarkan data yang tersedia.

5. Distribusi Informasi

Setelah data diolah dan diinterpretasi, informasi yang dihasilkan harus didistribusikan ke pemangku kepentingan yang relevan dalam organisasi. Ini dapat dilakukan melalui laporan tertulis, presentasi visual, atau dasbor yang interaktif. Distribusi informasi yang efektif memastikan bahwa pemangku kepentingan memiliki akses ke wawasan yang dibutuhkan untuk membuat keputusan yang informasional.

Pengelolaan data dan informasi yang efektif

merupakan komponen kunci dari operasi bisnis modern. Ini memungkinkan organisasi untuk memanfaatkan nilai yang terkandung dalam data, mengidentifikasi peluang dan tantangan, dan membuat keputusan yang informasional. Dengan menerapkan praktik terbaik dalam pengelolaan data dan informasi, organisasi dapat meningkatkan kinerja dan mencapai tujuan bisnis yang diinginkan.

3.6. Tantangan dan Peluang dalam Implementasi Sistem Informasi Agribisnis

Implementasi Sistem Informasi Agribisnis melibatkan sejumlah tantangan dan peluang yang perlu dipertimbangkan oleh organisasi di sektor pertanian dan peternakan. Berikut adalah penjelasan lebih rinci tentang tantangan dan peluang dalam implementasi sistem informasi agribisnis:

a. Tantangan:

1. Keterbatasan Teknologi

Industri pertanian dan peternakan seringkali beroperasi di daerah pedesaan yang memiliki akses terbatas terhadap infrastruktur teknologi seperti internet broadband dan jaringan seluler. Hal ini dapat menjadi hambatan dalam penerapan

sistem informasi yang memerlukan konektivitas internet yang cepat dan andal.

2. Kurangnya Pengetahuan dan Keterampilan Teknologi

Petani dan pelaku usaha kecil dalam agribisnis mungkin kurang memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan teknologi informasi. Diperlukan upaya pelatihan dan pendidikan yang intensif untuk memastikan bahwa dapat memahami dan menggunakan sistem informasi dengan efektif.

3. Keterbatasan Sumber Daya Finansial

Investasi awal yang diperlukan untuk membangun dan mengimplementasikan sistem informasi agribisnis mungkin melebihi kemampuan finansial beberapa pelaku usaha kecil. Hal ini dapat menjadi hambatan dalam mengadopsi teknologi informasi yang lebih canggih dan berkelanjutan.

4. Kesesuaian dengan Lingkungan yang Berubah

Lingkungan bisnis pertanian dan peternakan seringkali berubah dengan

cepat, dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti perubahan iklim, kebijakan pemerintah, dan tren pasar. Sistem informasi agribisnis harus dapat menyesuaikan diri dengan perubahan tersebut dan tetap relevan dalam menghadapi tantangan baru.

b. Peluang:

1. Peningkatan Efisiensi dan Produktivitas

Implementasi sistem informasi agribisnis dapat membantu meningkatkan efisiensi operasional dan produktivitas di seluruh rantai pasokan pertanian dan peternakan. Dengan menggunakan teknologi informasi untuk mengotomatisasi proses bisnis, mengoptimalkan penggunaan sumber daya, dan mempercepat pengambilan keputusan, organisasi dapat mencapai kinerja yang lebih baik.

2. Akses ke Informasi Pasar dan Analisis Tren

Sistem informasi agribisnis dapat memberikan akses yang lebih baik ke informasi pasar, tren industri, dan kebutuhan konsumen. Dengan menganalisis data pasar secara teratur, organisasi dapat mengidentifikasi peluang bisnis baru,

merencanakan strategi pemasaran yang lebih efektif, dan mengantisipasi perubahan permintaan pasar.

3. Pengelolaan Risiko yang Lebih Baik

Sistem informasi agribisnis dapat membantu organisasi mengelola risiko dengan lebih baik, termasuk risiko terkait cuaca, penyakit tanaman atau hewan, atau fluktuasi harga komoditas. Dengan menggunakan data dan analisis yang akurat, organisasi dapat mengambil tindakan pencegahan yang tepat untuk mengurangi dampak risiko tersebut.

4. Inovasi dan Diferensiasi

Implementasi sistem informasi agribisnis dapat menjadi platform untuk inovasi produk dan layanan baru, serta diferensiasi dari pesaing. Dengan memanfaatkan teknologi informasi secara kreatif, organisasi dapat mengembangkan solusi yang unik dan bernilai tambah bagi pelanggan.

Dengan memahami tantangan dan peluang dalam implementasi sistem informasi agribisnis, organisasi

dapat mengambil langkah-langkah yang tepat untuk mengatasi hambatan dan memanfaatkan potensi penuh teknologi informasi dalam meningkatkan kinerja dan daya saing.

BAB IV

KOPERASI DALAM AGRIBISNIS

4.1. Konsep Dasar Koperasi

Penjelasan tentang konsep dasar koperasi mencakup pemahaman tentang esensi, prinsip-prinsip, dan karakteristik koperasi sebagai bentuk organisasi ekonomi yang unik. Berikut adalah beberapa poin penting yang dapat menjelaskan konsep dasar koperasi:

1. Definisi Koperasi

Koperasi adalah sebuah bentuk organisasi ekonomi yang dimiliki dan dioperasikan oleh para anggotanya untuk memenuhi kebutuhan dan aspirasi bersama. Dalam koperasi, keanggotaan bukanlah tujuan akhir, tetapi merupakan fondasi dari struktur dan fungsi organisasi.

2. Prinsip-prinsip Koperasi

Terdapat tujuh prinsip dasar koperasi yang didefinisikan oleh Aliansi Koperasi Internasional (ICA). Prinsip-prinsip tersebut meliputi keanggotaan sukarela dan terbuka, kendali demokratis oleh anggota, partisipasi

ekonomi anggota, otonomi dan independensi, pendidikan, pelatihan, dan informasi, kerjasama antarkoperasi, dan komitmen terhadap komunitas.

3. Tujuan Koperasi

Tujuan koperasi adalah untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi, sosial, dan budaya anggotanya melalui kegiatan ekonomi yang berdasarkan prinsip-prinsip koperasi. Kesejahteraan anggota adalah prioritas utama dalam setiap keputusan dan tindakan koperasi.

4. Struktur Organisasi

Koperasi memiliki struktur organisasi yang berbeda dengan organisasi bisnis lainnya. Pemegang kekuasaan utama dalam koperasi adalah anggota, yang memiliki hak untuk memilih dan dipilih dalam rapat umum anggota. Terdapat juga badan pengurus dan manajemen yang dipilih oleh anggota untuk mengelola operasional sehari-hari koperasi.

5. Keanggotaan dan Partisipasi

Anggota adalah inti dari koperasi, dan setiap anggota memiliki satu suara dalam proses pengambilan keputusan. Partisipasi aktif anggota dalam kegiatan koperasi, termasuk

rapat umum anggota dan pemilihan badan pengurus, sangat ditekankan.

6. Pembagian Keuntungan

Salah satu karakteristik koperasi adalah pembagian keuntungan yang berbasis pada kontribusi anggota terhadap koperasi. Keuntungan yang diperoleh dari operasi koperasi dibagikan kembali kepada anggota sesuai dengan transaksi atau partisipasi dalam koperasi.

7. Otonomi dan Independensi

Koperasi harus menjaga otonomi dan independensinya dari pengaruh eksternal yang dapat mengganggu kepentingan anggotanya. Meskipun dapat bekerja sama dengan pihak lain, koperasi harus tetap menjaga kontrol atas kegiatan dan keputusan internalnya.

Pemahaman yang kuat tentang konsep dasar koperasi penting bagi anggota, manajemen, dan pemangku kepentingan lainnya dalam koperasi agar dapat menjalankan operasi dengan efektif sesuai dengan nilai dan prinsip-prinsip koperasi.

4.2. Peran Koperasi dalam Pengembangan Agribisnis

Peran koperasi dalam pengembangan agribisnis sangatlah signifikan. Berikut adalah beberapa poin penting yang dapat menjelaskan peran koperasi dalam konteks ini:

a. **Meningkatkan Daya Tawar Petani**

Koperasi dapat menggabungkan hasil panen dari banyak petani ke dalam volume yang lebih besar, meningkatkan daya tawar dalam bernegosiasi dengan pembeli. Dengan demikian, koperasi membantu memastikan bahwa petani menerima harga yang adil untuk produk-produk pertanian.

b. **Meningkatkan Akses ke Pasar**

Koperasi dapat membantu petani untuk mengakses pasar yang lebih luas dengan memfasilitasi pemasaran bersama dan distribusi produk pertanian. Melalui kemitraan dengan pihak-pihak lain dalam rantai pasokan, koperasi dapat membantu memastikan bahwa produk pertanian sampai ke konsumen dengan efisien dan tepat waktu.

c. **Mengurangi Biaya Produksi**

Dengan membeli input-input pertanian secara kolektif dan dengan skala ekonomi yang lebih besar, koperasi dapat membantu mengurangi biaya produksi bagi para anggotanya. Hal ini dapat meningkatkan profitabilitas dan daya saing petani, terutama yang beroperasi dalam skala kecil dan menengah.

d. Memberikan Layanan dan Dukungan Teknis

Koperasi sering kali menyediakan layanan dan dukungan teknis kepada anggotanya, termasuk pelatihan, bimbingan, dan akses terhadap informasi tentang praktik pertanian terbaik. Ini membantu petani meningkatkan keterampilan, meningkatkan produktivitas, dan mengurangi risiko kegagalan usaha.

e. Peningkatan Akses terhadap Modal dan Pembiayaan

Koperasi dapat menjadi sumber pembiayaan bagi petani yang kesulitan mendapatkan akses terhadap modal dari lembaga keuangan konvensional. Koperasi kredit atau koperasi simpan pinjam sering kali menyediakan layanan keuangan yang lebih terjangkau dan ramah petani.

f. Mempromosikan Praktik Pertanian Berkelanjutan

Melalui pendidikan dan pelatihan, koperasi dapat membantu anggotanya menerapkan praktik pertanian yang berkelanjutan dan ramah lingkungan. Ini termasuk penggunaan teknologi yang lebih efisien secara energi, pengelolaan sumber daya alam yang berkelanjutan, dan diversifikasi usaha pertanian.

g. Penguatan Komunitas Lokal

Koperasi tidak hanya berfungsi sebagai entitas ekonomi, tetapi juga sebagai pusat sosial dan budaya bagi komunitas lokal. Koperasi membantu membangun solidaritas dan kerjasama antara para petani, meningkatkan kesejahteraan sosial dan ekonomi di wilayah pedesaan.

Dengan peran-peran tersebut, koperasi memainkan peran penting dalam pengembangan agribisnis, memperkuat ketahanan pangan, meningkatkan pendapatan petani, dan mendukung pembangunan berkelanjutan di sektor pertanian.

4.3. Manajemen Koperasi dalam Agribisnis

Manajemen koperasi dalam agribisnis melibatkan serangkaian kegiatan yang ditujukan untuk mengelola operasi harian, mengkoordinasikan anggota, dan mencapai tujuan-tujuan koperasi yang terkait dengan sektor pertanian. Berikut adalah beberapa poin penting yang menjelaskan manajemen koperasi dalam konteks agribisnis:

1. Struktur Organisasi

Manajemen koperasi harus memastikan bahwa struktur organisasi koperasi didesain dengan baik dan sesuai dengan kebutuhan bisnis. Ini termasuk pembentukan badan pengurus, komite-komite, dan departemen-departemen yang diperlukan untuk mengelola berbagai aspek operasional koperasi, seperti pemasaran, keuangan, dan pengembangan anggota.

2. Perencanaan Strategis

Manajemen koperasi harus melakukan perencanaan strategis untuk mengidentifikasi tujuan jangka panjang dan strategi untuk mencapainya. Ini melibatkan analisis pasar, kekuatan dan kelemahan internal, serta faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi koperasi dalam konteks agribisnis.

3. Pengelolaan Sumber Daya

Manajemen koperasi bertanggung jawab untuk mengelola sumber daya koperasi dengan efisien dan efektif. Ini meliputi manajemen keuangan, manajemen persediaan, dan manajemen sumber daya manusia untuk memastikan bahwa sumber daya koperasi digunakan secara optimal untuk mencapai tujuan-tujuan koperasi.

4. Pemasaran dan Penjualan

Manajemen koperasi harus mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk memasarkan produk-produk pertanian yang dihasilkan oleh anggotanya. Ini dapat melibatkan pembentukan kemitraan dengan pengecer, restoran, atau pasar grosir, serta pengembangan saluran distribusi yang efisien.

5. Pendampingan dan Pelayanan Anggota

Manajemen koperasi harus memberikan pendampingan dan pelayanan kepada anggotanya, termasuk penyediaan informasi, pelatihan, dan dukungan teknis. Ini membantu meningkatkan keterampilan dan kapasitas anggota, serta meningkatkan kesejahteraan.

6. Pengembangan Produk dan Layanan

Manajemen koperasi harus terus-menerus mengembangkan produk-produk dan layanan-layanan baru yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan anggota, serta mengikuti perkembangan pasar dan teknologi terbaru dalam industri agribisnis.

7. Kepatuhan dan Tata Kelola

Manajemen koperasi harus memastikan bahwa koperasi beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip koperasi dan peraturan-peraturan yang berlaku. Ini mencakup memastikan transparansi, akuntabilitas, dan integritas dalam semua aspek operasional koperasi.

Dengan manajemen yang efektif, koperasi dapat memainkan peran yang penting dalam pengembangan agribisnis, membantu meningkatkan produktivitas, pendapatan, dan kesejahteraan anggotanya, serta mendukung pembangunan berkelanjutan di sektor pertanian.

4.4. Pemasaran dan Distribusi Produk Agribisnis oleh Koperasi

Pemasaran dan distribusi produk agribisnis oleh koperasi melibatkan serangkaian kegiatan yang

ditujukan untuk memasarkan produk-produk pertanian yang dihasilkan oleh anggotanya dan mengantarkannya kepada konsumen dengan efisien dan efektif. Berikut adalah beberapa poin penting yang menjelaskan pemasaran dan distribusi produk agribisnis oleh koperasi:

a. Pemasaran Bersama

Koperasi memungkinkan petani untuk melakukan pemasaran bersama produk-produk. Melalui koperasi, petani dapat menggabungkan hasil panen dan menjualnya secara kolektif, meningkatkan daya tawar dalam bernegosiasi dengan pembeli, dan memperoleh harga yang lebih baik untuk produk-produk.

b. Pengembangan Merek dan Identitas

Koperasi dapat membantu dalam pengembangan merek dan identitas untuk produk-produk pertanian yang dihasilkan oleh anggotanya. Dengan membangun merek yang kuat dan citra yang positif, koperasi dapat membantu meningkatkan nilai tambah produk dan meningkatkan daya saing di pasar.

c. Pengelolaan Pemasaran

Koperasi bertanggung jawab untuk mengelola semua aspek pemasaran produk-produk

pertanian yang dihasilkan oleh anggotanya, termasuk promosi, penjualan, dan distribusi. Hal ini mencakup penyusunan strategi pemasaran, penetapan harga, dan pemilihan saluran distribusi yang tepat.

d. Diversifikasi Saluran Distribusi

Koperasi dapat membantu dalam diversifikasi saluran distribusi untuk produk-produk pertanian. Selain menjual produk-produk secara langsung ke pasar tradisional, koperasi juga dapat menjual melalui supermarket, toko online, atau lembaga lain yang melayani konsumen.

e. Manajemen Logistik

Koperasi bertanggung jawab untuk mengelola logistik pengiriman produk dari petani kepada konsumen. Hal ini melibatkan pengaturan transportasi, penyimpanan, dan pengiriman produk dengan tepat waktu dan kondisi yang baik untuk memastikan kepuasan konsumen.

f. Pendampingan Pemasaran

Koperasi dapat memberikan pendampingan dan bimbingan kepada anggotanya dalam hal pemasaran produk-produk pertanian. Ini bisa termasuk pelatihan tentang teknik pemasaran,

pemahaman pasar, dan strategi promosi yang efektif.

g. Jaminan Kualitas dan Keamanan

Koperasi harus memastikan bahwa produk-produk yang dipasarkan memenuhi standar kualitas dan keamanan yang ditetapkan oleh otoritas yang berwenang. Ini mencakup pemantauan mutu produk, pengujian keamanan pangan, dan penerapan praktik pertanian yang berkelanjutan.

Dengan melakukan pemasaran dan distribusi produk agribisnis secara efektif, koperasi dapat membantu meningkatkan pendapatan petani, memperluas akses pasar, dan mendukung pembangunan berkelanjutan di sektor pertanian.

4.5. Keanggotaan dan Partisipasi Anggota

Keanggotaan dan partisipasi anggota merupakan elemen kunci dalam struktur dan operasi koperasi. Berikut adalah penjelasan mengenai keanggotaan dan partisipasi anggota dalam konteks koperasi:

1. Keanggotaan Sukarela dan Terbuka

Prinsip dasar koperasi menyatakan bahwa keanggotaan dalam koperasi adalah sukarela

dan terbuka bagi siapa saja yang memenuhi syarat-syarat keanggotaan yang ditetapkan oleh koperasi. Artinya, setiap orang yang berminat dan memenuhi kriteria dapat menjadi anggota koperasi tanpa diskriminasi.

2. Hak dan Kewajiban Anggota

Anggota koperasi memiliki hak-hak tertentu, seperti hak untuk memilih dan dipilih dalam rapat umum anggota, hak untuk berpartisipasi dalam pengambilan keputusan, dan hak atas keuntungan koperasi sesuai dengan kontribusi. Di sisi lain, anggota juga memiliki kewajiban, seperti membayar simpanan pokok, mematuhi aturan koperasi, dan berpartisipasi dalam kegiatan koperasi.

3. Partisipasi dalam Pengambilan Keputusan

Koperasi menerapkan prinsip demokrasi dalam pengambilan keputusan, di mana setiap anggota memiliki satu suara dalam rapat umum anggota. Ini berarti bahwa keputusan-keputusan penting, seperti pemilihan badan pengurus atau pengesahan kebijakan, ditentukan oleh mayoritas suara anggota.

4. Pendidikan dan Pelatihan Anggota

Koperasi memberikan pendidikan dan pelatihan kepada anggotanya untuk meningkatkan pemahaman tentang prinsip-prinsip koperasi, keterampilan manajerial, dan praktik pertanian terbaik. Ini membantu meningkatkan partisipasi aktif anggota dalam pengambilan keputusan dan operasi koperasi.

5. Keterlibatan dalam Usaha Bersama

Anggota koperasi diharapkan untuk aktif terlibat dalam kegiatan koperasi, baik itu dalam produksi, pemasaran, atau manajemen. Dengan berpartisipasi secara aktif, anggota dapat memberikan kontribusi untuk kesuksesan koperasi dan memastikan bahwa kepentingan diwakili dengan baik.

6. Saling Ketergantungan dan Solidaritas

Partisipasi anggota dalam koperasi didasarkan pada prinsip saling ketergantungan dan solidaritas antara anggota. Maka bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama, saling membantu dan mendukung satu sama lain, serta berbagi keuntungan dan risiko yang terkait dengan kegiatan koperasi.

Melalui keanggotaan yang aktif dan partisipatif,

koperasi dapat memperkuat komitmen anggota, meningkatkan efisiensi operasional, dan menciptakan nilai tambah bagi anggotanya dan masyarakat secara keseluruhan.

BAB V

PEMBIAYAAN AGRIBISNIS

5.1. Pengertian Pembiayaan Agribisnis

Pembiayaan agribisnis merujuk pada proses penyediaan dana atau modal bagi pelaku usaha di sektor pertanian dan agribisnis. Tujuan utama dari pembiayaan agribisnis adalah untuk mendukung kegiatan produksi, pengembangan, dan pemasaran produk-produk pertanian serta memfasilitasi pertumbuhan ekonomi di sektor ini. Pembiayaan agribisnis mencakup berbagai jenis layanan keuangan, mulai dari pinjaman bank dan kredit mikro hingga investasi modal ventura dan bantuan pemerintah. Secara umum, pembiayaan agribisnis memainkan peran penting dalam meningkatkan produktivitas dan keberlanjutan sektor pertanian, serta memberikan akses kepada petani dan pelaku usaha kecil untuk mengembangkan potensi ekonomi mereka.

5.2. Jenis-Jenis Pembiayaan

Pembiayaan agribisnis melibatkan berbagai jenis dukungan keuangan yang diberikan kepada pelaku usaha di sektor pertanian dan agribisnis. Berikut

beberapa jenis pembiayaan agribisnis yang umum :

1. Pembiayaan Modal Kerja

Jenis pembiayaan ini diberikan untuk memenuhi kebutuhan operasional sehari-hari dalam agribisnis, seperti pembelian input pertanian (bibit, pupuk, pestisida), biaya tenaga kerja, biaya pengolahan hasil, dan biaya pemasaran. Pembiayaan modal kerja membantu petani atau pelaku usaha agribisnis untuk menjalankan operasinya secara lancar tanpa terhambat oleh keterbatasan keuangan.

2. Pembiayaan Investasi

Pembiayaan investasi digunakan untuk melakukan investasi jangka panjang dalam agribisnis, seperti pembelian lahan, pembangunan infrastruktur (irigasi, jaringan listrik), pembelian peralatan pertanian (traktor, mesin pengolah tanah, mesin panen), atau investasi dalam teknologi pertanian modern (teknologi irigasi otomatis, sistem monitoring tanaman). Pembiayaan ini membantu meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan daya saing agribisnis.

3. Pembiayaan Modal Ventura

Pembiayaan modal ventura melibatkan investor swasta yang menyediakan modal untuk mendukung pertumbuhan atau ekspansi usaha agribisnis. Biasanya, investor akan mendapatkan kepemilikan saham atau keuntungan bersama dari usaha yang didanai. Pembiayaan modal ventura dapat membantu usaha agribisnis untuk mengatasi keterbatasan modal sendiri dan memperluas skala operasional mereka.

4. Pembiayaan Subsidi

Pemerintah atau lembaga nirlaba dapat memberikan subsidi atau dukungan keuangan tambahan kepada petani atau pelaku usaha agribisnis tertentu untuk membantu mengatasi tantangan atau mendorong adopsi praktik pertanian yang berkelanjutan. Subsidi ini dapat berupa subsidi pupuk, subsidi benih, bantuan bibit unggul, atau insentif fiskal untuk investasi pertanian.

5. Pembiayaan Mikro

Pembiayaan mikro adalah jenis pembiayaan yang diberikan kepada petani atau pelaku usaha agribisnis kecil dengan nilai pinjaman yang relatif kecil. Pembiayaan mikro biasanya

disediakan oleh koperasi atau lembaga keuangan mikro dan digunakan untuk memenuhi kebutuhan operasional atau investasi skala kecil dalam agribisnis.

Setiap jenis pembiayaan memiliki karakteristik, syarat, dan manfaatnya sendiri, dan pemilihan jenis pembiayaan yang tepat harus didasarkan pada kebutuhan dan kondisi masing-masing pelaku usaha agribisnis.

5.3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembiayaan Agribisnis

Faktor-faktor yang mempengaruhi pembiayaan agribisnis dapat bervariasi, dan memahami faktor-faktor ini penting bagi pelaku usaha, lembaga keuangan, dan pemerintah untuk merancang kebijakan dan strategi pembiayaan yang efektif. Berikut adalah beberapa faktor kunci yang memengaruhi pembiayaan agribisnis :

a. Kondisi Pasar

Kondisi pasar termasuk harga komoditas, permintaan dan penawaran pasar, serta fluktuasi pasar. Tingkat harga dan ketersediaan produk pertanian dapat mempengaruhi

keputusan lembaga keuangan untuk memberikan pembiayaan.

b. Kondisi Iklim dan Cuaca

Faktor iklim dan cuaca seperti curah hujan, suhu, dan kejadian iklim ekstrem seperti banjir atau kekeringan dapat berdampak signifikan pada produktivitas dan hasil pertanian, serta risiko yang terkait dengan pembiayaan.

c. Kebijakan Pemerintah

Kebijakan pemerintah terkait dengan subsidi, insentif fiskal, aturan regulasi, dan program bantuan pertanian dapat memengaruhi ketersediaan dan aksesibilitas pembiayaan bagi para pelaku usaha pertanian.

d. Karakteristik Petani dan Usaha Pertanian

Faktor-faktor seperti ukuran usaha, tingkat pendidikan, akses terhadap teknologi dan informasi, serta pengalaman dalam manajemen usaha pertanian dapat mempengaruhi kebutuhan dan kemampuan petani untuk memperoleh pembiayaan.

e. Risiko

Tingkat risiko yang terkait dengan usaha pertanian, termasuk risiko produksi, harga, dan keuangan, akan mempengaruhi minat lembaga

keuangan untuk memberikan pembiayaan, serta syarat-syarat yang mereka tetapkan.

f. Keberlanjutan Lingkungan

Pertimbangan keberlanjutan lingkungan semakin menjadi perhatian dalam pembiayaan agribisnis. Lembaga keuangan dapat mempertimbangkan praktik pertanian ramah lingkungan dan berkelanjutan dalam proses pengambilan keputusan pembiayaan.

g. Infrastruktur dan Akses Pasar

Ketersediaan infrastruktur seperti jalan, transportasi, dan pasar yang efisien memainkan peran penting dalam meningkatkan akses petani terhadap pembiayaan dan pasar, serta mempengaruhi risiko yang dihadapi oleh lembaga keuangan.

h. Kestabilan Ekonomi dan Politik

Kondisi ekonomi makro dan politik stabilitas suatu negara atau wilayah juga dapat memengaruhi aksesibilitas dan ketersediaan pembiayaan agribisnis.

5.4. Sumber Pembiayaan Agribisnis

1. Pembiayaan Bank

Pembiayaan bank mengacu pada pinjaman atau layanan keuangan lainnya yang diberikan oleh lembaga keuangan formal seperti bank komersial kepada pelaku usaha pertanian dan agribisnis. Ini meliputi pinjaman modal kerja, pinjaman investasi, kredit pertanian, dan layanan keuangan lainnya. Dalam pembiayaan bank ini memiliki karakteristik, keuntungan dan resiko sebagai berikut :

a. Karakteristik

Biasanya, pembiayaan bank memiliki syarat-syarat yang ketat dan memerlukan jaminan atau agunan yang kuat. Suku bunga dan biaya administrasi biasanya ditentukan berdasarkan risiko kredit dan profil keuangan peminjam.

b. Keuntungan

Pembiayaan bank seringkali dapat memberikan akses cepat dan mudah terhadap dana yang diperlukan untuk meningkatkan operasi pertanian atau mengatasi kebutuhan keuangan yang mendesak.

c. Risiko

Risiko utama adalah risiko kredit, di mana peminjam mungkin gagal memenuhi kewajiban pembayaran mereka, dan risiko bunga, di mana perubahan suku bunga dapat mempengaruhi beban pembayaran peminjam.

2. Pembiayaan Non-Bank

Pembiayaan non-bank melibatkan lembaga keuangan lain selain bank komersial, seperti lembaga pembiayaan kredit mikro, perusahaan pembiayaan, dan lembaga kredit pertanian khusus. Mereka menyediakan layanan pembiayaan dengan syarat-syarat yang lebih fleksibel daripada bank tradisional. Dalam pembiayaan non-bank ini memiliki karakteristik, keuntungan dan resiko sebagai berikut :

a. Karakteristik

Lembaga pembiayaan non-bank seringkali melayani segmen pasar yang tidak dilayani oleh bank, seperti petani kecil atau pelaku usaha mikro. Mereka dapat menawarkan pinjaman dengan jaminan yang lebih rendah atau tanpa jaminan, tetapi dengan suku bunga yang lebih tinggi.

b. Keuntungan

Pembiayaan non-bank seringkali lebih mudah diakses oleh pelaku usaha kecil dan menengah, serta dapat menyediakan layanan yang lebih adaptif dan responsif terhadap kebutuhan lokal.

c. Risiko

Risiko utama termasuk risiko kredit, likuiditas, dan keberlanjutan, terutama karena lembaga non-bank mungkin memiliki sumber dana yang lebih terbatas dan rentan terhadap fluktuasi pasar.

3. Pembiayaan Pemerintah

Pembiayaan pemerintah mencakup berbagai program dan kebijakan yang diselenggarakan oleh pemerintah untuk mendukung sektor pertanian dan agribisnis. Ini dapat termasuk subsidi, insentif pajak, program bantuan langsung, dan pembiayaan proyek infrastruktur pertanian. Dalam pembiayaan pemerintah ini memiliki karakteristik, keuntungan dan resiko sebagai berikut :

a. Karakteristik

Pembiayaan pemerintah sering bertujuan untuk meningkatkan aksesibilitas dan

ketersediaan pembiayaan bagi petani dan pelaku usaha agribisnis, terutama yang berada di daerah-daerah pedesaan atau yang kurang berkembang.

b. Keuntungan

Program pembiayaan pemerintah dapat membantu mengurangi risiko, mengatasi kekurangan modal, dan mendorong adopsi praktik pertanian yang berkelanjutan dan inovatif.

c. Risiko

Risiko terkait dengan pembiayaan pemerintah termasuk risiko keberlanjutan kebijakan, efektivitas program, dan kecukupan sumber daya untuk mendukung program-program tersebut.

Melalui kombinasi pembiayaan dari bank, lembaga non-bank, dan pemerintah, pelaku usaha pertanian dan agribisnis dapat memperoleh dana yang diperlukan untuk mengembangkan operasi mereka, meningkatkan produktivitas, dan mencapai keberlanjutan ekonomi.

5.5. Proses Pembiayaan Agribisnis

Proses pembiayaan agribisnis mengacu pada

serangkaian langkah yang harus diikuti oleh petani atau pelaku usaha agribisnis untuk mendapatkan dukungan keuangan dari lembaga keuangan atau sumber pembiayaan lainnya. Proses-proses dalam pembiayaan agribisnis ini meliputi :

1. Identifikasi Kebutuhan Pembiayaan

Langkah pertama dalam proses pembiayaan agribisnis adalah mengidentifikasi kebutuhan pembiayaan yang spesifik. Petani atau pelaku usaha agribisnis perlu menentukan tujuan penggunaan dana, apakah untuk modal kerja, investasi, atau keperluan lainnya.

2. Pengajuan Pembiayaan

Setelah kebutuhan pembiayaan diidentifikasi, langkah berikutnya adalah mengajukan permohonan pembiayaan ke lembaga keuangan atau sumber pembiayaan yang dipilih. Proses pengajuan ini mungkin melibatkan pengisian formulir aplikasi dan penyampaian dokumen-dokumen pendukung yang diperlukan.

3. Analisis Kelayakan Pembiayaan

Lembaga keuangan akan melakukan analisis kelayakan terhadap permohonan pembiayaan yang diajukan. Analisis ini mencakup evaluasi risiko kredit, kapasitas pembayaran, dan

potensi pengembalian investasi. Petani atau pelaku usaha agribisnis harus menyediakan informasi yang dibutuhkan untuk memfasilitasi proses ini.

4. Pencairan Pembiayaan

Jika permohonan pembiayaan disetujui, langkah berikutnya adalah pencairan dana. Dana pembiayaan akan disalurkan kepada petani atau pelaku usaha agribisnis sesuai dengan persyaratan yang telah disepakati, baik dalam bentuk uang tunai, transfer elektronik, atau instrumen keuangan lainnya.

5. Penggunaan Dana Pembiayaan

Dana yang diterima harus digunakan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan dalam permohonan pembiayaan. Petani atau pelaku usaha agribisnis harus memastikan bahwa dana tersebut digunakan secara efisien dan sesuai dengan rencana yang telah disetujui.

6. Pelaporan dan Pembayaran:

Setelah menggunakan dana pembiayaan, petani atau pelaku usaha agribisnis biasanya diharuskan untuk melaporkan penggunaan dana kepada lembaga keuangan atau sumber pembiayaan yang bersangkutan. Selain itu,

pembayaran cicilan atau bunga juga harus dilakukan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan.

Proses pembiayaan agribisnis ini memerlukan kerjasama antara petani atau pelaku usaha agribisnis dengan lembaga keuangan atau sumber pembiayaan lainnya. Memahami dan mengikuti langkah-langkah dalam proses ini penting untuk memastikan akses yang lancar dan efisien terhadap pembiayaan yang diperlukan untuk mendukung kegiatan pertanian dan agribisnis.

5.6. Manajemen Risiko Pembiayaan Agribisnis

Manajemen risiko pembiayaan agribisnis adalah proses pengidentifikasian, penilaian, dan pengelolaan risiko yang terkait dengan penyediaan dana atau pembiayaan kepada pelaku usaha pertanian atau agribisnis. Dalam konteks ini, risiko dapat berasal dari berbagai faktor, seperti ketidakmampuan peminjam untuk membayar kembali pinjaman, fluktuasi harga komoditas, kegagalan teknis atau operasional dalam kegiatan pertanian, dan risiko lingkungan atau kebijakan. Berikut langkah - langkah dalam manajemen risiko pembiayaan agribisnis :

a. Identifikasi Risiko

Langkah pertama dalam manajemen risiko adalah mengidentifikasi risiko-risiko yang mungkin timbul dalam kegiatan pembiayaan agribisnis. Risiko-risiko ini dapat mencakup risiko kredit, risiko pasar (misalnya fluktuasi harga komoditas), risiko operasional (misalnya kerusakan peralatan), dan risiko lainnya yang terkait dengan kondisi bisnis dan lingkungan eksternal.

b. Penilaian Risiko

Setelah risiko-risiko diidentifikasi, langkah berikutnya adalah mengevaluasi tingkat risiko dan potensi dampaknya terhadap penyediaan dana atau pembiayaan agribisnis. Evaluasi ini melibatkan analisis mendalam terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi risiko, seperti profil kredit peminjam, kondisi pasar, dan kebijakan internal lembaga keuangan.

c. Pengendalian Risiko

Setelah risiko dievaluasi, langkah selanjutnya adalah mengimplementasikan strategi pengendalian risiko yang sesuai. Ini dapat mencakup penggunaan berbagai instrumen keuangan (misalnya asuransi, derivatif

keuangan), penyesuaian kebijakan kredit, diversifikasi portofolio, atau langkah-langkah lain yang dirancang untuk mengurangi atau mengelola risiko dengan efektif.

d. Pemantauan dan Pelaporan

Manajemen risiko pembiayaan agribisnis adalah proses yang berkelanjutan. Oleh karena itu, penting untuk terus memantau dan mengevaluasi risiko secara berkala, serta menyusun laporan tentang kinerja dan efektivitas strategi pengendalian risiko yang diimplementasikan.

Manajemen risiko pembiayaan agribisnis bertujuan untuk mengurangi potensi kerugian dan meningkatkan keberhasilan investasi dalam sektor pertanian dan agribisnis. Dengan memahami dan mengelola risiko dengan baik, lembaga keuangan, petani, dan pelaku usaha agribisnis dapat mengoptimalkan hasil dari kegiatan pembiayaan dan meminimalkan dampak negatif dari risiko-risiko yang mungkin terjadi.

BAB VI

SISTEM PEMASARAN PERUSAHAAN

AGRIBISNIS

6.1. Konsep Dasar Agribisnis

Agribisnis merupakan suatu sistem yang melibatkan aktivitas produksi, distribusi, dan pemasaran produk pertanian, hortikultura, peternakan, perikanan, kehutanan, dan industri agro lainnya. Secara sederhana, agribisnis dapat didefinisikan sebagai semua kegiatan ekonomi yang terkait dengan produksi, pengolahan, distribusi, dan pemasaran produk-produk pertanian dan segala hal yang berkaitan dengan industri tersebut.

Peran agribisnis dalam perekonomian sangatlah penting karena melibatkan berbagai aspek, termasuk produksi, lapangan kerja, pendapatan, dan perdagangan. Berikut adalah beberapa peran utama agribisnis dalam perekonomian:

1. Kontribusi terhadap PDB (Produk Domestik Bruto): Agribisnis menyumbang secara signifikan terhadap PDB suatu negara melalui

produksi dan penjualan produk pertanian serta industri terkaitnya.

2. Penciptaan lapangan kerja: Agribisnis memberikan pekerjaan kepada jutaan orang di seluruh dunia, baik di sektor pertanian primer maupun industri pengolahan dan distribusi.
3. Pemberdayaan ekonomi masyarakat pedesaan: Sebagian besar kegiatan agribisnis terjadi di daerah pedesaan, sehingga membantu menggerakkan ekonomi lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat pedesaan.
4. Pemenuhan kebutuhan pangan: Agribisnis bertanggung jawab atas produksi pangan, yang merupakan kebutuhan dasar manusia. Ketersediaan pangan yang cukup dan terjangkau sangat penting untuk menjaga stabilitas sosial dan politik.
5. Mendukung perdagangan internasional: Produk pertanian dan agroindustri seringkali menjadi komoditas ekspor utama suatu negara, yang berkontribusi terhadap pendapatan devisa negara.

Struktur agribisnis merujuk pada susunan dan hubungan antara berbagai entitas ekonomi yang terlibat dalam kegiatan agribisnis, mulai dari produksi hingga konsumsi. Struktur agribisnis dapat terdiri dari beberapa bagian utama, termasuk:

1. Sektor Primer: Meliputi petani, peternak, nelayan, dan pihak lain yang terlibat langsung dalam produksi bahan mentah pertanian.
2. Sektor Sekunder: Meliputi industri pengolahan makanan, minuman, dan produk olahan pertanian lainnya.
3. Sektor Tersier: Meliputi aktivitas distribusi, pemasaran, transportasi, dan layanan terkait lainnya.
4. Pasar dan Konsumen: Merupakan akhir dari rantai agribisnis di mana produk-produk pertanian diperdagangkan dan dikonsumsi oleh masyarakat.

6.2. Strategi Pemasaran dalam Agribisnis

Analisis pasar adalah proses yang digunakan untuk memahami karakteristik, perilaku, dan kebutuhan konsumen di pasar tertentu. Dalam konteks agribisnis, analisis pasar dapat mencakup penelitian tentang permintaan dan penawaran produk pertanian, tren

konsumen, preferensi pasar, faktor-faktor ekonomi, dan faktor-faktor lain yang mempengaruhi perdagangan produk pertanian. Analisis pasar yang baik membantu perusahaan agribisnis untuk membuat keputusan yang tepat dalam merencanakan strategi pemasaran.

Segmentasi pasar adalah proses membagi pasar menjadi kelompok-kelompok yang lebih kecil berdasarkan karakteristik tertentu seperti demografi, geografi, perilaku, atau psikografis. Dalam agribisnis, segmentasi pasar dapat dilakukan berdasarkan jenis produk pertanian, lokasi geografis, preferensi konsumen, atau siklus musiman. Dengan memahami segmen pasar yang berbeda, perusahaan agribisnis dapat menyesuaikan strategi pemasaran mereka untuk lebih efektif menjangkau dan memenuhi kebutuhan setiap segmen.

Targeting adalah proses memilih segmen pasar yang akan menjadi fokus utama dari upaya pemasaran perusahaan. Setelah melakukan segmentasi pasar, perusahaan agribisnis perlu memilih segmen yang paling menjanjikan dan sesuai dengan keunggulan produk atau layanan mereka. Faktor-faktor seperti potensi pertumbuhan, ukuran pasar, tingkat persaingan, dan tingkat profitabilitas harus

dipertimbangkan dalam proses targeting. Dengan melakukan targeting yang tepat, perusahaan agribisnis dapat meningkatkan efektivitas pemasaran dan mengoptimalkan penggunaan sumber daya mereka.

Positioning adalah proses menempatkan produk atau merek perusahaan dalam benak konsumen sehingga terdiferensiasi dari pesaing dan memenuhi kebutuhan atau keinginan mereka. Dalam agribisnis, positioning dapat dilakukan dengan mengidentifikasi atribut unik produk pertanian, keunggulan kompetitif, atau nilai tambah yang ditawarkan kepada konsumen. Positioning yang efektif membantu membangun citra merek yang kuat dan memungkinkan perusahaan agribisnis untuk membedakan diri dari pesaing dalam pikiran konsumen.

Pengembangan produk adalah proses menciptakan atau meningkatkan produk atau layanan yang ditawarkan perusahaan agar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar. Dalam agribisnis, pengembangan produk dapat mencakup inovasi teknologi pertanian, diversifikasi produk, peningkatan kualitas, atau penyesuaian dengan perubahan permintaan pasar. Penting bagi perusahaan agribisnis untuk terus melakukan pengembangan produk agar tetap relevan dan kompetitif di pasar yang terus berubah.

6.3. Rantai Pasok Agribisnis

Tahapan rantai pasok (supply chain) mengacu pada serangkaian aktivitas yang terlibat dalam pengadaan, produksi, penyimpanan, dan distribusi produk atau layanan dari pemasok hingga konsumen akhir. Manajemen rantai pasok adalah pendekatan strategis untuk mengoordinasikan semua tahapan tersebut agar berjalan secara efisien, efektif, dan responsif terhadap permintaan pasar. Peran pemasaran dalam rantai pasok adalah untuk memahami dan memenuhi kebutuhan konsumen, membangun merek yang kuat, dan meningkatkan nilai produk atau layanan dalam setiap tahapan rantai pasok. Berikut adalah penjelasan rinci mengenai tahapan rantai pasok, manajemen rantai pasok, dan peran pemasaran:

Tahapan Rantai Pasok:

1. **Pengadaan:** Tahapan ini melibatkan proses pengadaan bahan baku, komponen, atau produk jadi dari pemasok. Aktivitas ini mencakup penentuan pemasok, negosiasi kontrak, dan pengelolaan hubungan dengan pemasok.
2. **Produksi:** Tahapan produksi melibatkan konversi bahan baku atau komponen menjadi produk jadi melalui berbagai proses manufaktur atau jasa. Aktivitas ini mencakup perencanaan

produksi, pengendalian kualitas, dan manajemen kapasitas produksi.

3. Penyimpanan: Tahapan penyimpanan melibatkan penyimpanan produk jadi atau bahan baku dalam gudang atau fasilitas penyimpanan lainnya. Aktivitas ini mencakup manajemen inventaris, pengendalian persediaan, dan pengelolaan sistem penyimpanan.
4. Distribusi: Tahapan distribusi melibatkan pengiriman produk dari pabrik atau gudang ke lokasi konsumen atau titik penjualan. Aktivitas ini mencakup perencanaan rute pengiriman, manajemen armada, dan pengelolaan jaringan distribusi.

Manajemen rantai pasok adalah proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian seluruh aktivitas rantai pasok untuk mencapai tujuan perusahaan secara efisien dan efektif. Ini melibatkan koordinasi antara pemasok, produsen, distributor, dan pihak lain dalam rantai pasok untuk memastikan aliran material dan informasi yang lancar. Manajemen rantai pasok juga mencakup identifikasi risiko, pengembangan strategi mitigasi risiko, dan pengukuran

kinerja rantai pasok secara terus-menerus.

Peran Pemasaran dalam Rantai Pasok:

1. **Pemahaman Konsumen:** Pemasaran memainkan peran penting dalam memahami kebutuhan, preferensi, dan perilaku konsumen. Informasi ini digunakan untuk mengarahkan strategi rantai pasok yang berfokus pada kepuasan konsumen.
2. **Pengembangan Merek:** Pemasaran bertanggung jawab atas pengembangan dan pengelolaan merek yang kuat dalam rantai pasok. Merek yang kuat dapat meningkatkan nilai produk dan membantu dalam diferensiasi di pasar.
3. **Koordinasi Rantai Pasok:** Pemasaran memainkan peran penting dalam koordinasi antara berbagai mitra dalam rantai pasok, termasuk pemasok, produsen, distributor, dan pengecer. Hal ini dilakukan untuk memastikan ketersediaan produk, pengiriman tepat waktu, dan layanan yang berkualitas kepada konsumen.

6.4. Sistem Pemasaran Tradisional dalam Agribisnis

Tiga metode utama penjualan dalam konteks agribisnis adalah penjualan langsung, penjualan melalui

perantara, dan penjualan melalui lembaga pemasaran. Berikut adalah penjelasan rinci tentang masing-masing metode:

1. **Penjualan Langsung:** Penjualan langsung terjadi ketika produsen atau petani menjual produk mereka secara langsung kepada konsumen tanpa melibatkan perantara atau lembaga pemasaran lainnya. Metode ini sering kali terjadi di pasar petani, toko petani, atau melalui penjualan langsung ke konsumen melalui kanal online atau offline. Penjualan langsung memungkinkan produsen untuk mempertahankan kontrol penuh atas harga, kualitas, dan promosi produk mereka. Selain itu, ini juga dapat memberikan pengalaman yang lebih langsung antara produsen dan konsumen, memungkinkan produsen untuk membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan mereka.
2. **Penjualan melalui Perantara:** Penjualan melalui perantara terjadi ketika produsen atau petani menjual produk mereka kepada perantara atau agen yang kemudian menjualnya kepada konsumen akhir. Perantara ini dapat berupa grosir, pengecer, atau distributor yang memiliki akses ke jaringan distribusi yang luas dan dapat

membantu dalam penyebaran produk ke berbagai pasar. Penjualan melalui perantara memungkinkan produsen untuk mencapai pasar yang lebih luas tanpa harus menangani logistik distribusi sendiri. Namun, produsen mungkin harus memberikan margin keuntungan kepada perantara, dan mereka mungkin kehilangan sebagian kontrol atas harga dan promosi produk.

3. Penjualan melalui Lembaga Pemasaran: Penjualan melalui lembaga pemasaran melibatkan kerjasama antara produsen atau petani dengan lembaga pemasaran, seperti koperasi pertanian, badan pemasaran regional, atau asosiasi petani. Lembaga pemasaran ini bertanggung jawab atas pemasaran, promosi, distribusi, dan penjualan produk pertanian atas nama produsen atau petani anggotanya. Penjualan melalui lembaga pemasaran memungkinkan produsen atau petani untuk memanfaatkan kekuatan kolektif untuk mencapai pasar yang lebih besar dan meningkatkan daya tawar mereka dalam negosiasi harga dan kontrak dengan pembeli. Selain itu, lembaga pemasaran juga dapat

menyediakan layanan tambahan seperti pemrosesan, kemasan, dan penanganan distribusi.

6.5. Pemasaran Digital dalam Agribisnis

Pemasaran digital adalah strategi pemasaran yang menggunakan media dan teknologi digital untuk menghubungi, menarik, dan berinteraksi dengan konsumen secara online. Dalam konteks produk pertanian, pemasaran digital dapat menjadi alat yang sangat efektif untuk meningkatkan visibilitas produk, memperluas jangkauan pasar, dan berinteraksi dengan konsumen potensial. Berikut adalah penjelasan rinci mengenai pengenalan pemasaran digital, strategi pemasaran digital untuk produk pertanian, dan platform pemasaran digital yang efektif:

1. **Pengenalan Pemasaran Digital:** Pemasaran digital mencakup berbagai strategi dan teknik yang digunakan untuk mempromosikan produk atau layanan melalui platform digital seperti internet, media sosial, mesin pencari, dan aplikasi seluler. Ini meliputi berbagai aktivitas seperti pembuatan situs web, optimisasi mesin pencari (SEO), iklan online (seperti Google Ads atau Facebook Ads), pemasaran konten,

pemasaran email, media sosial, dan banyak lagi. Pemasaran digital memanfaatkan keunggulan teknologi digital untuk menyampaikan pesan pemasaran kepada target pasar secara lebih cepat, lebih efisien, dan lebih terukur daripada metode pemasaran tradisional.

2. Strategi Pemasaran Digital untuk Produk Pertanian:

- Pembuatan Situs Web yang Responsif: Membangun situs web yang menarik dan mudah digunakan untuk memperkenalkan produk pertanian kepada konsumen potensial.
- Optimisasi Mesin Pencari (SEO): Mengoptimalkan situs web untuk peringkat tinggi dalam hasil mesin pencari agar mudah ditemukan oleh konsumen yang mencari produk pertanian terkait.
- Pemasaran Konten: Membuat dan membagikan konten yang relevan dan bermanfaat, seperti artikel, blog, video, atau infografis, untuk menarik minat konsumen dan membangun otoritas merek.

- Media Sosial: Berinteraksi dengan konsumen melalui platform media sosial seperti Facebook, Instagram, atau Twitter untuk mempromosikan produk, berbagi konten menarik, dan membangun hubungan dengan pelanggan.
- Iklan Online: Menggunakan iklan online seperti Google Ads, Facebook Ads, atau Instagram Ads untuk meningkatkan visibilitas produk dan menargetkan konsumen potensial berdasarkan preferensi, demografi, atau perilaku online mereka.
- Pemasaran Email: Mengirimkan email pemasaran kepada pelanggan potensial atau pelanggan yang ada untuk memperkenalkan produk baru, menawarkan promosi khusus, atau memberikan informasi berharga tentang produk pertanian.

3. Platform Pemasaran Digital yang Efektif:

- Google Ads: Platform iklan online yang memungkinkan Anda menampilkan

iklan Anda di hasil pencarian Google atau situs web mitra Google.

- Facebook Ads: Platform iklan yang memungkinkan Anda membuat iklan yang ditampilkan di Facebook, Instagram, Messenger, atau Audience Network.
- Instagram: Platform media sosial yang sangat visual dan populer, cocok untuk membagikan gambar produk pertanian dan cerita merek yang menarik.
- YouTube: Platform video yang memungkinkan Anda membagikan konten video tentang produk pertanian, tutorial, atau testimoni pelanggan.
- Situs Web dan Blog: Membangun situs web yang responsif dan blog yang berkualitas untuk meningkatkan visibilitas online dan membangun otoritas merek.

BAB VII

PENGENDALIAN PROSES PRODUKSI

DALAM AGRIBISNIS

7.1. Konsep Dasar Pengendalian Proses Produksi

Konsep Dasar Pengendalian Proses Produksi mengacu pada serangkaian prinsip dan teknik yang digunakan untuk mengawasi dan mengelola proses produksi dalam suatu organisasi atau perusahaan. Dalam konteks agribisnis, pengendalian proses produksi sangat penting karena berkaitan langsung dengan efisiensi, kualitas, dan produktivitas produksi pertanian. Berikut adalah penjelasan lebih lanjut tentang konsep dasar pengendalian proses produksi:

1. Definisi Pengendalian Proses Produksi

Pengendalian proses produksi adalah serangkaian tindakan yang diambil untuk memastikan bahwa proses produksi berjalan sesuai dengan rencana dan standar yang ditetapkan. Ini melibatkan pemantauan, evaluasi, dan tindakan perbaikan yang diperlukan untuk mencapai tujuan produksi yang diinginkan.

2. Tujuan Pengendalian Proses Produksi

Tujuan utama dari pengendalian proses produksi adalah untuk mencapai efisiensi, kualitas, dan konsistensi dalam produksi. Hal ini mencakup pengendalian biaya produksi, pengurangan pemborosan, peningkatan kualitas produk, dan pemenuhan permintaan pasar dengan tepat waktu.

3. Komponen Pengendalian Proses Produksi

Pengendalian proses produksi melibatkan beberapa komponen utama, termasuk:

- a. Perencanaan Produksi: Penetapan tujuan produksi, alokasi sumber daya, dan penjadwalan kegiatan produksi.
- b. Pengawasan Produksi: Pemantauan proses produksi secara langsung, pengendalian kualitas, dan identifikasi masalah atau penyimpangan.
- c. Evaluasi dan Perbaikan: Evaluasi kinerja produksi, analisis data, dan penerapan perbaikan proses untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas.

4. Prinsip-prinsip Dasar Pengendalian Proses Produksi

Prinsip-prinsip yang mendasari pengendalian proses produksi termasuk:

- a. Pencapaian Tujuan: Memastikan bahwa proses produksi berkontribusi pada pencapaian tujuan strategis perusahaan.
 - b. Keterpaduan: Memastikan bahwa seluruh tahap produksi terintegrasi secara sinergis untuk mencapai hasil terbaik.
 - c. Tanggung Jawab: Menetapkan tanggung jawab yang jelas untuk setiap tahap produksi dan personel terkait.
 - d. Pengendalian Kualitas: Menempatkan penekanan pada pengendalian kualitas untuk memastikan bahwa produk memenuhi standar yang ditetapkan.
 - e. Kontinuitas: Melakukan evaluasi dan perbaikan terus-menerus untuk meningkatkan proses produksi secara berkelanjutan.
5. Tantangan dalam Pengendalian Proses Produksi
- Beberapa tantangan yang sering dihadapi dalam pengendalian proses produksi termasuk kompleksitas proses produksi, fluktuasi permintaan pasar, perubahan teknologi, dan

perubahan lingkungan eksternal seperti cuaca atau bencana alam.

Dengan memahami konsep dasar pengendalian proses produksi, perusahaan dalam industri agribisnis dapat meningkatkan efisiensi, kualitas, dan konsistensi produksi, yang pada gilirannya akan mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis.

7.2. Tahap-Tahap Pengendalian Proses Produksi

Tahap-tahap pengendalian proses produksi adalah serangkaian langkah atau kegiatan yang dilakukan untuk memastikan bahwa proses produksi berjalan sesuai dengan rencana dan standar yang telah ditetapkan. Berikut adalah penjelasan mengenai tahap-tahap pengendalian proses produksi:

a. Perencanaan Produksi:

1. Tahap ini melibatkan penetapan tujuan produksi, alokasi sumber daya, dan penjadwalan kegiatan produksi.
2. Perencanaan produksi dilakukan berdasarkan permintaan pasar, kapasitas produksi yang tersedia, persediaan bahan baku, dan faktor-

faktor lain yang mempengaruhi proses produksi.

3. Rencana produksi yang disusun harus memperhitungkan berbagai variabel, termasuk waktu, biaya, kualitas, dan ketersediaan sumber daya.

b. Pengawasan Produksi:

1. Setelah perencanaan produksi dilakukan, tahap berikutnya adalah pengawasan produksi.
2. Pengawasan produksi melibatkan pemantauan proses produksi secara langsung, pengendalian kualitas, dan identifikasi masalah atau penyimpangan yang mungkin terjadi.
3. Pada tahap ini, dilakukan pengukuran dan evaluasi terhadap kinerja produksi untuk memastikan bahwa proses produksi berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.

c. Evaluasi dan Perbaikan:

1. Tahap terakhir dari pengendalian proses produksi adalah evaluasi dan perbaikan.
2. Evaluasi dilakukan untuk mengevaluasi kinerja produksi, menganalisis data, dan

mengidentifikasi area-area di mana perbaikan diperlukan.

3. Setelah masalah atau penyimpangan telah diidentifikasi, langkah-langkah perbaikan dapat diimplementasikan untuk meningkatkan efisiensi, kualitas, dan konsistensi produksi.

Pentingnya tahap-tahap pengendalian proses produksi adalah untuk memastikan bahwa proses produksi berjalan dengan lancar dan efisien, serta untuk mencapai tujuan produksi yang telah ditetapkan. Dengan melakukan pengendalian proses produksi yang baik, perusahaan dapat meningkatkan kualitas produk, mengurangi pemborosan, dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

7.3. Metode-Metode Pengendalian Proses Produksi

Metode-metode pengendalian proses produksi adalah pendekatan atau teknik yang digunakan untuk mengelola dan memantau proses produksi agar sesuai dengan standar yang ditetapkan dan mencapai tujuan produksi yang diinginkan. Berikut adalah penjelasan mengenai beberapa metode pengendalian proses produksi yang umum digunakan:

a. Pengendalian Kualitas

Metode ini fokus pada pemantauan dan peningkatan kualitas produk selama proses produksi. Pengendalian kualitas melibatkan pengumpulan data, pengujian produk, dan penerapan tindakan perbaikan jika ditemukan ketidaksesuaian dengan standar kualitas yang ditetapkan. Metode-metode dalam pengendalian kualitas meliputi pemeriksaan visual, pengujian statistik, teknik Six Sigma, dan pendekatan Total Quality Management (TQM).

b. Pengendalian Inventaris

Metode ini berkaitan dengan pengelolaan persediaan bahan baku, produk dalam proses, dan produk jadi untuk mengoptimalkan efisiensi produksi dan menghindari kelebihan atau kekurangan stok. Pengendalian inventaris melibatkan pemantauan persediaan, peramalan permintaan, penggunaan teknik seperti Just-In-Time (JIT) atau Kanban, dan pengendalian biaya persediaan.

c. Pengendalian Biaya Produksi

Metode ini bertujuan untuk memantau dan mengendalikan biaya produksi agar tetap dalam batas yang ditetapkan. Pengendalian biaya

produksi melibatkan pemantauan biaya-biaya yang terkait dengan proses produksi, identifikasi area-area pemborosan atau efisiensi, dan penerapan strategi untuk mengurangi biaya produksi tanpa mengorbankan kualitas atau produktivitas.

d. Pengendalian Waktu Produksi

Metode ini menekankan pengelolaan waktu yang efisien selama proses produksi untuk memastikan bahwa target waktu produksi tercapai. Pengendalian waktu produksi melibatkan perencanaan jadwal produksi, pemantauan waktu siklus produksi, identifikasi bottleneck, dan penggunaan teknik seperti Theory of Constraints (TOC) untuk mengoptimalkan penggunaan waktu.

e. Pengendalian Kinerja Produksi

Metode ini mengacu pada pemantauan dan evaluasi kinerja produksi secara keseluruhan untuk menilai efektivitas dan efisiensi proses produksi. Pengendalian kinerja produksi melibatkan pengukuran output produksi, analisis efisiensi dan produktivitas, dan penerapan tindakan perbaikan untuk

meningkatkan kinerja produksi secara keseluruhan.

f. **Pengendalian Proses Otomatis**

Metode ini menggunakan sistem otomatisasi dan kontrol yang terintegrasi untuk mengendalikan proses produksi secara otomatis. Pengendalian proses otomatis melibatkan penggunaan teknologi informasi, sensor, dan perangkat kontrol untuk memantau dan mengatur variabel-variabel proses secara real-time, sehingga meningkatkan akurasi, kecepatan, dan konsistensi produksi.

Dengan menerapkan metode-metode pengendalian proses produksi yang sesuai, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi, kualitas, dan konsistensi produksi, yang pada gilirannya akan meningkatkan daya saing dan keberhasilan bisnis.

7.4. Teknologi dan Sistem Informasi dalam Pengendalian Proses Produksi

Teknologi dan sistem informasi memiliki peran penting dalam pengendalian proses produksi dengan menyediakan alat dan platform untuk memantau, mengelola, dan meningkatkan efisiensi serta kualitas

proses produksi. Berikut adalah penjelasan mengenai bagaimana teknologi dan sistem informasi digunakan dalam pengendalian proses produksi:

1. Pemantauan Proses Produksi

Teknologi sensor dan perangkat pemantauan lainnya digunakan untuk mengumpulkan data secara real-time dari berbagai titik dalam proses produksi. Data yang diperoleh ini kemudian dapat diintegrasikan ke dalam sistem informasi untuk memberikan gambaran yang komprehensif tentang kinerja proses produksi.

2. Analisis Data

Sistem informasi memungkinkan analisis data yang canggih untuk dilakukan terhadap data yang dikumpulkan dari proses produksi. Ini termasuk analisis statistik untuk mengidentifikasi tren, pola, atau anomali yang mungkin terjadi dalam data produksi. Analisis data ini dapat memberikan wawasan berharga untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas produksi.

3. Pengaturan dan Kontrol Otomatis

Teknologi otomasi digunakan untuk mengontrol dan mengatur proses produksi secara otomatis berdasarkan data yang diperoleh dari

pemantauan proses dan analisis data. Ini dapat mencakup pengaturan parameter-produksi, penyesuaian kecepatan produksi, atau pengambilan tindakan perbaikan otomatis dalam respons terhadap kondisi tertentu.

4. Komunikasi dan Kolaborasi

Sistem informasi memungkinkan komunikasi dan kolaborasi yang lebih baik antara berbagai departemen atau unit dalam organisasi terkait dengan produksi. Ini memfasilitasi pertukaran informasi yang cepat dan akurat tentang perubahan dalam proses produksi, permintaan pelanggan, atau kebutuhan material yang diperlukan.

5. Pemantauan Kualitas

Teknologi sensor dan sistem informasi dapat digunakan untuk memantau kualitas produk secara kontinyu selama proses produksi. Ini memungkinkan identifikasi dini terhadap cacat atau penyimpangan dari standar kualitas yang ditetapkan, sehingga tindakan perbaikan dapat diambil dengan cepat untuk mencegah produk cacat mencapai pasar.

6. Manajemen Persediaan dan Logistik

Sistem informasi dapat digunakan untuk mengelola persediaan bahan baku, produk dalam proses, dan produk jadi secara efisien. Ini termasuk pemantauan persediaan, peramalan permintaan, pengaturan pengiriman, dan manajemen rantai pasokan secara keseluruhan untuk memastikan pasokan bahan baku yang tepat pada waktu yang tepat.

Dengan memanfaatkan teknologi dan sistem informasi dalam pengendalian proses produksi, perusahaan dapat meningkatkan visibilitas, kontrol, dan responsivitas terhadap berbagai aspek produksi, yang pada gilirannya akan meningkatkan efisiensi, kualitas, dan daya saing produk.

7.5. Tantangan dan Peluang dalam Pengendalian Proses Produksi

Tantangan dan peluang dalam pengendalian proses produksi mencerminkan dinamika kompleks dalam lingkungan bisnis saat ini. Berikut adalah penjelasan lebih lanjut mengenai tantangan dan peluang yang mungkin dihadapi dalam pengendalian proses produksi:

a. Tantangan:

1. Perubahan Permintaan Pasar

Fluktuasi permintaan pasar dapat menjadi tantangan besar dalam pengendalian proses produksi. Permintaan yang tidak stabil dapat menyebabkan kesulitan dalam perencanaan produksi, manajemen inventaris, dan pengaturan kapasitas produksi.

2. Kualitas Produk

Menjaga kualitas produk yang konsisten seringkali menjadi tantangan, terutama dalam industri dengan standar kualitas yang tinggi. Tantangan ini dapat timbul dari variasi dalam bahan baku, perubahan proses produksi, atau kesalahan dalam kontrol kualitas.

3. Kompleksitas Rantai Pasokan

Rantai pasokan yang kompleks dengan banyak mitra dan proses terkait dapat menimbulkan tantangan dalam pengendalian proses produksi. Koordinasi yang baik antara semua pihak terkait menjadi kunci untuk mengatasi masalah yang mungkin timbul.

4. Teknologi yang Berkembang

Sementara teknologi baru dapat membawa peluang untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas, mengadopsi dan mengintegrasikan teknologi tersebut dalam proses produksi juga bisa menjadi tantangan. Ini dapat melibatkan biaya investasi, pelatihan karyawan, dan integrasi sistem yang kompleks.

5. Perubahan Lingkungan Regulasi

Perubahan dalam peraturan dan standar regulasi industri dapat mempengaruhi cara perusahaan mengendalikan proses produksi. Menyesuaikan diri dengan perubahan ini seringkali memerlukan waktu, sumber daya, dan upaya yang signifikan.

b. Peluang:

1. Teknologi Canggih

Kemajuan dalam teknologi seperti IoT (Internet of Things), analitik data, dan kecerdasan buatan (AI) membuka peluang baru untuk meningkatkan pengendalian proses produksi. Teknologi ini dapat memberikan visibilitas yang lebih besar, analisis yang lebih mendalam, dan

otomatisasi yang lebih baik dalam proses produksi.

2. Inovasi Produk

Inovasi dalam produk dapat menjadi peluang untuk menciptakan nilai tambah dan diferensiasi yang kompetitif. Dengan pengendalian proses produksi yang baik, perusahaan dapat lebih responsif terhadap tren pasar dan permintaan pelanggan untuk menghasilkan produk yang inovatif dan berkualitas.

3. Peningkatan Efisiensi dan Produktivitas

Peluang untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas produksi selalu hadir dengan pengoptimalan proses, pemilihan teknologi yang tepat, dan peningkatan keterampilan karyawan. Peningkatan ini dapat menghasilkan biaya yang lebih rendah, lead time yang lebih singkat, dan hasil yang lebih baik secara keseluruhan.

4. Kualitas dan Keandalan

Dengan pengendalian proses produksi yang tepat, perusahaan dapat memastikan kualitas dan keandalan produk yang tinggi. Ini tidak hanya meningkatkan kepuasan

pelanggan tetapi juga membangun reputasi merek yang kuat di pasar.

5. Ketepatan Waktu dan Fleksibilitas

Kemampuan untuk mengendalikan proses produksi dengan baik memungkinkan perusahaan untuk memberikan produk kepada pelanggan tepat waktu dan merespons perubahan kebutuhan pasar dengan cepat dan fleksibel.

Dengan memahami tantangan yang dihadapi dan memanfaatkan peluang yang ada, perusahaan dapat mengembangkan strategi yang efektif dalam pengendalian proses produksi untuk meningkatkan daya saing dan keberhasilan bisnis.

BAB VIII

PERENCANAAN PRODUKSI DALAM AGRIBISNIS

8.1. Konsep Agribisnis

Menurut Soekartawi (2009), agribisnis sebenarnya adalah suatu konsep yang utuh mulai dari proses produksi, mengolah hasil, pemasaran, dan aktivitas lain yang berkaitan dengan kegiatan pertanian. Istilah agribisnis sendiri pertama kali diperkenalkan oleh John H. Davis (1955) dan Ray Goldberg (1957).

Subsistem agribisnis adalah bagian dari sistem agribisnis dimana suatu usaha terkait atau terpengaruh langsung maupun tidak langsung dengan suatu proses produksi biologis (Zainal dalam Arifin dan Biba, 2017).

Sistem agribisnis tidak sama dengan sektor pertanian. Sistem agribisnis jauh lebih luas daripada sektor pertanian yang dikenal selama ini. Sistem agribisnis terdiri dari tiga subsistem utama. Pertama, subsistem agribisnis hulu (*upstream agribusiness*) yang merupakan kegiatan ekonomi yang menyediakan sarana produksi bagi pertanian, seperti industri dan

perdagangan agrokimia (pupuk, pestisida), industri agrootomotif (mesin dan peralatan), dan industri benih/bibit. Kedua, subsistem usahatani (*on-farm agribusiness*) yang merupakan kegiatan ekonomi yang menggunakan sarana produksi yang dihasilkan oleh subsistem agribisnis hulu untuk menghasilkan produk pertanian primer. Termasuk ke dalam subsistem usahatani ini adalah usaha tanaman pangan, usaha tanaman hortikultura, usaha tanaman obat-obatan, usaha perkebunan, usaha perikanan, usaha peternakan, dan kehutanan. Ketiga, subsistem agribisnis hilir (*down-stream agribusiness*) yang berupa kegiatan ekonomi yang mengolah produk pertanian primer menjadi produk olahan, baik produk antara maupun produk akhir, beserta kegiatan perdagangan di pasar domestik maupun di pasar internasional. Kegiatan ekonomi yang termasuk dalam subsistem agribisnis hilir ini antara lain adalah industri pengolahan makanan, industri pengolahan minuman, industri pengolahan serat (kayu, kulit, karet, sutera, jerami), industri jasa boga, industri farmasi dan bahan kecantikan, dan lain-lain beserta kegiatan perdagangannya. Disamping ketiga subsistem di atas, diperlukan subsistem keempat sebagai bagian dari pembangunan sistem agribisnis. Subsistem keempat ini dikenal sebagai subsistem penunjang.

Subsistem penunjang adalah seluruh kegiatan yang menyediakan jasa bagi agribisnis, seperti lembaga keuangan, lembaga penelitian dan pengembangan, lembaga transportasi, lembaga pendidikan, dan lembaga pemerintah (Saragih, 2000).

Referensi yang lain, pandangan Mardia, Rizki, Amruddin, dkk (2023), secara konseptual agribisnis merupakan suatu sistem yang terdiri dari atas empat subsistem yang saling mendukung dan terkait satu sama lain. (1). Subsistem agribisnis hulu (*up stream agribusiness*), meliputi pengadaan dan penyaluran sarana produksi primer. Termasuk dalam subsistem ini adalah industri agrokimia (pupuk, pestisida), agroindustri otomotif (mesin dan peralatan) dan industri benih, (2). Subsistem produksi pertanian primer (*on farm agribusiness*), meliputi kegiatan yang menggunakan sarana yang dihasilkan dari subsistem agribisnis hulu, (3). Subsistem agribisnis hilir (*down stream agribusiness*), meliputi pengolahan komoditas pertanian primer menjadi produk olahan antara (*intermediate product*) maupun produk akhir (*finished product*) beserta kegiatan distribusinya, (4). Subsistem pemasaran komoditas-komoditas, serta (5). subsistem penunjang agribisnis (*supporting system*) sebagai jasa dalam penunjang kegiatan subsistem

agribisnis. Termasuk dalam subsistem penunjang agribisnis antara lain lembaga pertanahan, lembaga keuangan (perbankan dan asuransi), lembaga penelitian, infrastruktur, lembaga pendidikan dan konsultasi agribisnis, serta kebijakan pemerintah.

Kelima subsistem tersebut saling berhubungan satu sama lain. Agribisnis dapat dijalankan dengan baik apabila pengembangannya dilakukan secara terpadu dan selaras dengan seluruh subsistem yang tersusun didalamnya.

8.2. Fungsi Perencanaan

Perencanaan merupakan salah satu fungsi manajemen yang penting dan saling terkait satu sama lain. Perencanaan berasal dari kata rencana, rencana adalah produk perencanaan sedangkan perencanaan adalah proses penentuan rencana (Badrudin, 2017).

Menurut Effendi (2018), perencanaan terjadi disetiap kegiatan. Perencanaan adalah proses dasar Dimana manajemen memutuskan tujuan dan cara mencapainya. Perencanaan dalam organisasi sangat penting karena dalam kenyataannya perencanaan memegang peranan lebih penting dibanding fungsi-fungsi manajemen lainnya. Pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan hanya melaksanakan

keputusan-keputusan yang telah dibuat dalam perencanaan.



Gambar 1. Keterkaitan antara Fungsi-Fungsi
Manajemen
Perspektif John F.Terry

Perencanaan merupakan hal yang penting dibuat untuk mencapai tujuan. Hasibuan (2006) dalam Badrudin (2017) menjelaskan betapa pentingnya perencanaan yaitu;

1. tanpa perencanaan berarti tidak ada tujuan yang ingin dicapai,
2. tanpa perencanaan tidak ada pedoman pelaksanaan sehingga banyak pemborosan,
3. perencanaan adalah dasar pengendalian karena tanpa ada rencana pengendalian tidak dapat dilaksanakan,

4. tanpa perencanaan tidak ada keputusan dan proses manajemen.

Pada umumnya suatu rencana yang baik berisikan atau memuat enam unsur, yaitu: *the what, the why, the where, the when, the who*, dan *the how*. Jadi suatu rencana yang baik harus memberikan jawaban kepada enam pertanyaan berikut;

1. Tindakan apa yang harus dikerjakan?
2. Apakah sebabnya tindakan itu harus dikerjakan?
3. Dimanakah tindakan itu harus dikerjakan?
4. Kapankah tindakan itu dilaksanakan?
5. Siapakah yang akan mengerjakan tindakan itu?
6. Bagaimanakah caranya melaksanakan tindakan itu?

John Robert Beishline dalam Manullang (2008), bahwa rencana yang baik haruslah mengandung sifat-sifat sebagai berikut; (1) pemakaian kata-kata yang sederhana dan terang, (2). fleksibel, (3) mempunyai stabilitas, (4) ada dalam perimbangan, dan (5). meliputi semua tindakan yang diperlukan.

Menurut Manullang (2008), untuk membuat suatu rencana ada beberapa tindakan yang harus dilalui.

Tindakan-tindakan atau langkah-langkah tersebut adalah; (1). menetapkan tugas dan tujuan, (2). mengobservasi dan menganalisis, (3). mengadakan kemungkinan-kemungkinan, (4). membuat sintesis, dan (5). menyusun rencana.

Kata-kata bijak dari Benjamin Franklin (1706-1790) tentang perencanaan bahwa dengan gagal merencanakan berarti Anda sedang merencanakan kegagalan.

8.3. Produksi Pertanian

Menunjang keberhasilan agribisnis, maka tersedianya bahan baku pertanian secara kontinu dalam jumlah yang tepat sangat diperlukan (Soekartawi, 2010). Tersedianya produksi ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain, macam komoditi (X_1), luas lahan (X_2), tenaga kerja (X_3), modal (X_4), manajemen (X_5), iklim (X_6), dan faktor sosial-ekonomi produsen (X_7).

Secara matematis, pernyataan tersebut ditulis sebagai berikut;

$$Y = f(X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7)$$

Berdasarkan persamaan di atas, masih menurut Soekartawi (2010), bahwa besar kecilnya produksi sangat tergantung dari peranan X_1 sampai dengan X_7

dan faktor-faktor lain yang tidak terdapat dalam persamaan. Namun patut diprhitungkan bahwa besar-kecilnya Y juga sangat dipengaruhi oleh kondisi setempat mengingat sifat pertanian yang adaptasinya tergantung pada kondisi setempat (*local spesific*).

Selain itu terdapat pula sifat-sifat hasil pertanian yang perlu diperhatikan, diantaranya adalah (1). mudah rusak, (2). membutuhkan tempat penyimpanan, (3). musiman, (4). kualitas beragam, dan (5). letaknya di pedesaan. Sifat fisik hasil pertanian berbeda dengan sifat fisik hasil industri. Mulyati, Amruddin dkk (2022) menjelaskan tentang sifat fisik yang merupakan ciri khas produk pertanian adalah (1). *Perishabel* atau mudah busuk dan rusak, (2). *Bulky* atau mengambil banyak tempat sehingga sulit untuk dipindahkan karena berat dan sifat fisiknya agak kaku, serta (3). *Voluminous* yaitu hasil pertanian yang tidak berat membutuhkan ruang atau tempat yang cukup besar.



Gambar 2. Bentuk Kandang Ayam Petelur

Dalam ilmu pertanian, manajemen dapat berarti proses pengambilan keputusan tentang bagaimana mengalokasikan sumberdaya yang terbatas pada sejumlah alternatif produksi dalam mengorganisasikan dan mengoperasikan aktivitas bisnis sedemikian rupa sehingga mencapai tujuan tertentu (Kay dalam Sutawi, 2007).

Dijelaskan lanjut oleh Sutawi (2007), pada usaha peternakan, masalah manajemen dapat dibagi menjadi tiga tipe masalah, yang masing-masing dapat dinyatakan dalam sebuah pertanyaan. Pertama, *how much to produce* ? (berapa banyak yang diproduksi. Produksi yang dihasilkan dan keuntungan yang diperoleh tergantung pada masukan (input) yang digunakan. Kedua, *how to produce* ? (bagaimana cara memproduksi ?). Peternak harus memilih kombinasi input yang tepat yang meminimumkan biaya produksi untuk menghasilkan jumlah produksi tertentu. Ketiga, *what to produce* ? (apa yang diproduksi ?). Peternak harus memilih antara berbagai alternatif kombinasi yang dapat menghasilkan keuntungan maksimum atau sesuai dengan tujuan usahanya.

Menurut Isnaini (2019), perencanaan produksi dilakukan agar proses produksi sesuai dengan permintaan pasar serta kapasitas produksi.

Menentukan cara terbaik untuk proses produksi merupakan tanggungjawab utama dari *production planner*. Terdapat beberapa aktivitas dalam perencanaan produksi yaitu perencanaan kapasitas produksi, peramalan, manajemen persediaan, *aggregate production planning*, *master production scheduling*, dan *material requirement planning* (perencanaan kebutuhan bahan).

Hasil penelitian Sulistyowati dan Putri (2022), tentang pengelolaan ayam ras petelur dalam meningkatkan pendapatan ditinjau dari manajemen bisnis syariah, menjelaskan bahwa kegiatan perencanaan telah dilakukan, mulai dari perencanaan modal, perencanaan pemilihan bibit ayam, sarana dan prasarana, pengelolaan pakan, perekrutan pegawai hingga rencana masa depan peternakan.

BAB IX

PENGEMBANGAN PRODUK DALAM

AGRIBISNIS

9.1. Konsep Dasar Pengembangan Produk dalam Agribisnis

Konsep dasar pengembangan produk dalam agribisnis melibatkan serangkaian proses dan strategi untuk menciptakan produk baru atau meningkatkan produk yang sudah ada dalam industri pertanian dan agribisnis. Berikut adalah penjelasan tentang konsep dasar pengembangan produk dalam agribisnis:

1. Definisi Pengembangan Produk

Pengembangan produk dalam konteks agribisnis mengacu pada proses menciptakan produk-produk baru atau memperbaiki produk yang sudah ada, seperti hasil pertanian, makanan olahan, pupuk, pestisida, dan produk-produk agroindustri lainnya.

2. Pentingnya Pengembangan Produk dalam Agribisnis

Pengembangan produk penting untuk menjaga daya saing dan inovasi dalam industri

agribisnis. Dengan terus menghasilkan produk-produk yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan pasar, perusahaan dapat memperluas pangsa pasar dan meningkatkan keuntungan.

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengembangan Produk

Beberapa faktor yang memengaruhi pengembangan produk dalam agribisnis meliputi permintaan pasar, teknologi, perubahan iklim, kebijakan pemerintah, keberlanjutan lingkungan, dan perkembangan tren konsumen.

4. Proses Pengembangan Produk

Proses pengembangan produk meliputi tahapan identifikasi kebutuhan pasar, riset pasar, ideasi produk baru, seleksi konsep produk, pengembangan prototipe, uji coba pasar, dan peluncuran produk. Proses ini melibatkan kolaborasi antara berbagai departemen seperti R&D, pemasaran, dan produksi.

Konsep dasar pengembangan produk dalam agribisnis sangat penting untuk memastikan bahwa produk-produk yang dihasilkan dapat memenuhi

kebutuhan konsumen, bersaing di pasar yang semakin ketat, dan berkontribusi pada pertumbuhan industri agribisnis secara keseluruhan.

9.2. Tahapan Pengembangan Produk

Penjelasan tentang tahapan pengembangan produk melibatkan serangkaian langkah yang diperlukan untuk menciptakan atau meningkatkan produk dalam suatu industri, termasuk agribisnis. Berikut adalah penjelasan tentang setiap tahapan pengembangan produk:

a. Identifikasi Kebutuhan Pasar

Tahap pertama dalam pengembangan produk adalah mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan pasar. Ini melibatkan analisis pasar dan komunikasi dengan konsumen potensial untuk memahami apa yang diinginkan atau dibutuhkan dari produk.

b. Riset Pasar dan Analisis Tren

Setelah kebutuhan pasar diidentifikasi, langkah selanjutnya adalah melakukan riset pasar dan menganalisis tren industri. Ini termasuk mengevaluasi pesaing, memahami perilaku konsumen, dan mengidentifikasi peluang dan tantangan di pasar.

c. Ideasi Produk Baru

Tahap ini melibatkan brainstorming dan menghasilkan gagasan-gagasan kreatif untuk produk baru atau perbaikan produk yang sudah ada. Tim pengembangan produk biasanya terlibat dalam proses ini untuk menghasilkan sebanyak mungkin ide yang berpotensi.

d. Seleksi Konsep Produk

Setelah ide-ide dikumpulkan, langkah berikutnya adalah melakukan seleksi konsep produk. Tim pengembangan produk akan mengevaluasi setiap ide berdasarkan kriteria tertentu, seperti potensi pasar, keunggulan kompetitif, dan kelayakan teknis dan finansial.

e. Pengembangan Prototipe

Prototipe pertama dibuat berdasarkan konsep produk yang dipilih. Ini bisa berupa model sederhana atau sampel produk yang digunakan untuk pengujian awal. Pengembangan prototipe memungkinkan tim untuk melihat produk secara nyata dan mengidentifikasi perbaikan yang diperlukan.

f. Uji Coba Pasar

Setelah prototipe dikembangkan, produk tersebut diuji coba di pasar. Ini bisa melibatkan uji coba terbatas dengan konsumen potensial

atau peluncuran produk dalam skala kecil. Uji coba pasar membantu untuk mendapatkan umpan balik langsung dari konsumen dan mengevaluasi kinerja produk di pasar nyata.

g. Peluncuran Produk

Tahap terakhir dalam pengembangan produk adalah peluncuran produk ke pasar secara resmi. Ini melibatkan pembuatan strategi pemasaran dan distribusi, termasuk penetapan harga, promosi, dan distribusi produk ke saluran penjualan yang tepat.

Melalui serangkaian tahapan ini, perusahaan dapat mengembangkan produk-produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar, inovatif, dan memiliki daya saing yang kuat di industri agribisnis atau industri lainnya.

9.3. Strategi Pengembangan Produk dalam Agribisnis

Penjelasan tentang strategi pengembangan produk dalam agribisnis merujuk pada langkah-langkah dan pendekatan yang diambil oleh perusahaan di sektor pertanian dan agribisnis untuk menciptakan atau meningkatkan produk-produk. Berikut adalah penjelasan mengenai beberapa strategi yang umum

digunakan dalam pengembangan produk dalam agribisnis:

1. Diferensiasi Produk

Salah satu strategi utama dalam pengembangan produk adalah menciptakan produk yang memiliki keunikan dan kelebihan dibandingkan dengan produk pesaing. Ini dapat mencakup fitur unik, kualitas yang lebih baik, nilai tambah, atau merek yang kuat. Diferensiasi produk membantu perusahaan membedakan diri di pasar dan menarik perhatian konsumen.

2. Inovasi Produk

Inovasi merupakan kunci dalam mengembangkan produk-produk yang relevan dan menarik bagi pasar. Ini bisa meliputi pengembangan teknologi baru, formulasi produk baru, penggunaan bahan baku yang inovatif, atau pengenalan produk-produk yang belum pernah ada sebelumnya. Perusahaan harus terus mendorong inovasi untuk tetap bersaing di pasar yang berubah dengan cepat.

3. Kolaborasi dengan Pihak Terkait

Strategi ini melibatkan kerja sama dengan pihak terkait seperti petani, produsen bahan baku, pemasok, dan mitra lainnya dalam rantai

pasokan agribisnis. Kolaborasi dapat memperluas sumber daya, mempercepat inovasi, dan meningkatkan akses ke pasar baru.

4. Memperhatikan Aspek Keberlanjutan

Dalam mengembangkan produk, perusahaan agribisnis semakin memperhatikan aspek keberlanjutan seperti penggunaan sumber daya alam yang ramah lingkungan, prinsip-prinsip pertanian organik, pengelolaan limbah, dan efisiensi energi. Produk-produk yang dihasilkan dengan memperhatikan aspek keberlanjutan cenderung lebih diminati oleh konsumen yang semakin peduli terhadap lingkungan.

Strategi-strategi ini dapat membantu perusahaan agribisnis untuk menciptakan produk-produk yang berkualitas, inovatif, dan berkelanjutan, sehingga memungkinkan untuk tetap bersaing dan berkembang di pasar yang dinamis.

9.4. Tantangan dan Peluang dalam Pengembangan Produk Agribisnis di Era Digital

Penjelasan mengenai tantangan dan peluang dalam pengembangan produk agribisnis di era digital merujuk pada dinamika yang dihadapi oleh perusahaan

pertanian dan agribisnis dalam memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk mengembangkan produk-produk baru atau meningkatkan yang sudah ada. Berikut adalah penjelasan lebih lanjut:

a. Tantangan:

1. Akses Teknologi

Tidak semua wilayah pertanian memiliki akses yang sama terhadap teknologi digital seperti internet atau perangkat lunak yang diperlukan untuk pengembangan produk. Hal ini dapat menjadi hambatan bagi petani atau pelaku agribisnis dalam mengadopsi inovasi baru.

2. Keterbatasan Infrastruktur

Infrastruktur yang kurang berkembang, seperti jaringan internet yang lambat atau tidak stabil, dapat menghambat implementasi teknologi digital dalam pengembangan produk.

3. Keterampilan Digital

Keterampilan digital yang kurang dari para petani atau pelaku agribisnis juga menjadi tantangan, karena dapat memerlukan pelatihan tambahan untuk menguasai

teknologi baru yang diperlukan dalam pengembangan produk.

b. Peluang:

1. Pemasaran Online

Era digital membuka peluang baru untuk pemasaran produk pertanian secara online melalui platform e-commerce atau media sosial. Ini memungkinkan petani atau produsen agribisnis untuk mencapai pasar yang lebih luas dan mengurangi ketergantungan pada saluran pemasaran tradisional.

2. Big Data dan Analitik

Teknologi digital memungkinkan pengumpulan dan analisis data besar-besaran (big data) tentang produksi pertanian, permintaan pasar, dan tren konsumen. Analisis data ini dapat memberikan wawasan berharga untuk pengembangan produk yang lebih tepat sasaran dan responsif terhadap pasar.

3. Inovasi Teknologi

Perkembangan teknologi seperti Internet of Things (IoT), sensor, dan kecerdasan buatan (AI) membuka peluang untuk

mengembangkan produk-produk pertanian yang lebih efisien, produktif, dan berkelanjutan.

4. Pendidikan dan Pelatihan

Era digital juga memungkinkan akses yang lebih luas terhadap pendidikan dan pelatihan tentang teknologi pertanian. Ini dapat membantu petani dan pelaku agribisnis untuk mengembangkan keterampilan digital dan memanfaatkan peluang pengembangan produk secara lebih efektif.

Dengan memahami tantangan dan memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh era digital, perusahaan pertanian dan agribisnis dapat mengembangkan produk-produk yang lebih inovatif, efisien, dan responsif terhadap pasar, sehingga meningkatkan daya saing dan keberlanjutan industri agribisnis secara keseluruhan.

9.5. Etika Pengembangan Produk Dalam Agribisnis

Etika dalam pengembangan produk dalam agribisnis melibatkan pertimbangan moral dan prinsip-prinsip yang harus diikuti oleh perusahaan pertanian

dan agribisnis dalam semua tahap pengembangan produk, mulai dari konsepsi hingga peluncuran. Berikut adalah beberapa aspek penting dari etika pengembangan produk dalam agribisnis:

a. Kesejahteraan Hewan

Perusahaan harus mempertimbangkan kesejahteraan hewan dalam pengembangan produk pertanian, termasuk dalam praktik pemeliharaan, pengangkutan, dan pemotongan hewan. Ini mencakup memastikan bahwa hewan-hewan tersebut diperlakukan dengan baik dan diberikan perlakuan yang layak.

b. Keberlanjutan Lingkungan

Pengembangan produk harus memperhitungkan dampak lingkungan dari seluruh siklus hidup produk, termasuk penggunaan sumber daya alam, emisi karbon, dan pengelolaan limbah. Produk yang ramah lingkungan dan berkelanjutan harus didorong.

c. Kesehatan dan Keamanan Konsumen

Produk pertanian harus aman untuk dikonsumsi dan memenuhi standar keamanan pangan yang ditetapkan. Ini mencakup penggunaan bahan kimia yang aman dan

pengendalian kualitas yang ketat selama proses produksi.

d. Transparansi dan Informasi

Perusahaan harus transparan tentang asal-usul produk, metode produksi, dan bahan-bahan yang digunakan. Konsumen berhak mendapatkan informasi yang jelas dan jujur tentang produk yang di beli.

e. Keadilan Sosial

Pengembangan produk harus memperhatikan keadilan sosial, termasuk hak-hak pekerja, pemilik tanah, dan masyarakat setempat. Ini termasuk memastikan bahwa pekerja pertanian mendapatkan upah yang layak dan kondisi kerja yang aman.

f. Penghargaan terhadap Budaya Lokal

Perusahaan harus menghargai dan menghormati budaya dan tradisi lokal dalam pengembangan produk. Ini mencakup kerjasama dengan petani lokal dan komunitas untuk mengembangkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan nilai-nilai lokal.

g. Inovasi yang Bertanggung Jawab

Inovasi dalam pengembangan produk harus bertanggung jawab dan mempertimbangkan

dampaknya terhadap masyarakat dan lingkungan. Perusahaan harus mempertimbangkan implikasi jangka panjang dari produk baru atau teknologi baru yang diperkenalkan.

Etika dalam pengembangan produk dalam agribisnis bukan hanya tentang mematuhi peraturan dan standar industri, tetapi juga tentang mengadopsi prinsip-prinsip moral yang mendukung keberlanjutan, kesejahteraan hewan, keadilan sosial, dan perlindungan lingkungan.

BAB X

MANAJEMEN PERSONALIA DALAM

AGRIBISNIS

10.1. Konsep dan Ruang Lingkup Manajemen Personalia Agribisnis

Manusia merupakan faktor terpenting bagi keberhasilan agribisnis, karena manusia menjadi motor penggerak kegiatan agribisnis yang menentukan berhasil dan tidaknya kegiatan agribisnis tersebut. Sumberdaya manusia merupakan aktiva terpenting pada setiap agribisnis, namun sering terlupakan.

Manajemen sumberdaya manusia dapat diartikan sebagai proses penggajian, pengembangan, motivasi dan evaluasi karyawan untuk mencapai tujuan perusahaan (Machfoedz. M (2007), sedangkan Kasmir, 2009 mengartikan bahwa manajemen sumberdaya manusia merupakan rangkaian kegiatan yang dimulai dari analisis jabatan, perencanaan tenaga kerja, pengadaan tenaga kerja, orientasi pekerjaan, penggajian dan kompensasi serta membuat kebijakan pengembangan karir dan pemutusan hubungan kerja. Siagian.R. (2003) mengatakan bahwa pengelolaan

sumberdaya manusia dalam agribisnis memiliki banyak dimensi, yakni dimensi yang melibatkan keseluruhan fungsi personalia yaitu perekrutan, pengangkatan, pelatihan, pengevaluasian, pengajuan promosi, pengelolaan balas jasa dan tunjangan dan juga berurusan dengan faktor serikat kerja. Selain itu, manajemen SDM agribisnis juga harus mengembangkan struktur organisasi dimana tanggungjawab (*responsibility*), wewenang (*authority*), dan tanggung jawab (*accountability*) perseorangan dirumuskan dengan jelas.

Manajemen sumberdaya manusia dalam agribisnis adalah penerapan fungsifungsi manajemen (*planing, organizing, coordinating, actuiting, controlling dan evaluiting*) dalam kegiatan analisis pekerjaan agribisnis, perencanaan SDM, rekrutmen, penempatan SDM, pemeliharaan dan pengembangan, dan pemberian kompensasi atau penggajian pada usaha agribisnis.

Manajemen sumberdaya manusia agribisnis adalah konsep yang berhubungan dengan kebijakan, prosedur dan praktik bagaimana mengatur orang dalam perusahaan agribisnis untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Kegiatan manajemen sumberdaya manusia dalam agribisnis dapat dijabarkan dalam fungsi manajerial yang meliputi:

- a. Analisis Pekerjaan
- b. Perencanaan Sumbderdaya Manusia
- c. Pengadaan Sumberdaya Manusia
- d. Pelatihan dan Pengembangan
- e. Kebijakan Kompensasi
- f. Perencanaan Karir
- g. Kebiajakan Kesejahteraan, dan
- h. Pemutusan Hubungan Kerja.

10.2. Analisis Pekerjaan

Analisis pekerjaan adalah suatu proses menghimpun dan menyusun berbagai informasi yang berkenaan dengan setiap jenis pekerjaan, tugas-tugas, dan tanggung jawabnya secara operasional untuk mewujudkan tujuan organisasi atau perusahaan. Analisis pekerjaan merupakan komponen manajemen sumberdaya manusia yang sangat penting dalam suatu perusahaan agribisnis, karena untuk mencapai suatu tujuan perusahaan, harus diketahui jenis-jenis pekerjaan apa sajayang harus dilakukan. Hasil dari proses analisis pekerjaan ini berupa deskripsi/ uraian pekerjaan dan spesifikasi pekerjaan.

Deskripsi/uraian pekerjaan adalah hasil dari analisis pekerjaan yang menggambarkan tugas-tugas, tanggung jawab, syarat kerja, dan kegiatan utama suatu

pekerjaan. Deskripsi pekerjaan membahas tentang ruang lingkup kegiatan, fungsi dasar atau tugas pokok, nama pekerjaan, wewenang dan kewajiban, kriteria penilaian dan hasilnya (Meldona, 2009).

Menurut Kasmir (2009) deskripsi pekerjaan yang disebut deskripsi jabatan berisi tentang jabatan yang ada serta segala sesuatu yang berkaitan dengan jabatan tersebut, yang meliputi :

- a. Identitas jabatan;
- b. Fungsi jabatan;
- c. Uraian tugas;
- d. Wewenang;
- e. Tanggung jawab;
- f. Hubungan kerja
- g. Bahan, alat, dan mesin yang digunakan
- h. Kondisi kerja.

Spesifikasi Pekerjaan (*job specifications*) adalah kualifikasi karakteristik atau syarat-syarat kerja yang harus dipenuhi sehingga seseorang dapat melaksanakan pekerjaan tersebut dengan baik. Secara lengkap spesifikasi pekerjaan diartikan sebagai persyaratan pengetahuan, keterampilan atau keahlian, kemampuan mental dan fisik serta sifat-sifat kepribadian yang disyaratkan kepada karyawan untuk

melaksanakan pekerjaan tertentu secara baik, efektif, efisien dan produktif.

10.3. Perencanaan SDM Personalia Agribisnis

Perencanaan sumber daya manusia adalah proses peramalan, pengembangan, pengimplementasian dan pengontrolan yang menjamin perusahaan mempunyai kesesuaian jumlah pegawai, penempatan pegawai secara benar, waktu yang tepat, yang secara ekonomis lebih bermanfaat.

Perencanaan sumberdaya manusia atau tenaga kerja adalah proses menentukan kebutuhan tenaga kerja dan cara memenuhi kebutuhan tersebut dalam rangka menjalankan rencana terintegrasi yang sudah disusun oleh suatu organisasi. Perencanaan tenaga kerja juga merupakan suatu proses peramalan, pengembangan, pengimplementasian dan pengontrolan dimana dengan melakukan proses tersebut perusahaan memiliki kepastian , bahwa ia memiliki jumlah karyawan yang tepat yang diletakkan di tempat yang tepat serta secara ekonomis sangat menguntungkan.

Perencanaan sumber daya manusia adalah kegiatan yang sistematis untuk merencanakan jumlah SDM yang dibutuhkan sesuai dengan analisis pekerjaan yang sudah dibuat. Perencanaan SDM meliputi jumlah

karyawan yang dibutuhkan serta persyaratan yang diinginkan. Perkiraan tentang jumlah tenaga kerja yang diperlukan perusahaan berdasarkan pertimbangan antara lain rencana produksi atau jasa yang dihasilkan sesuai dengan jenis atau bidang investasi yang dijalankan. Untuk level manajerial, jumlah pegawai didasarkan pada jumlah jabatan yang tersedia dalam struktur organisasi perusahaan.

Perencanaan sumber daya manusia diperlukan perusahaan karena beberapa pertimbangan, seperti:

- a. Untuk memenuhi kebutuhan karyawan baru karena ada pembukaan cabang baru atau pendirian usaha baru.
- b. Adanya karyawan yang keluar karena pensiun atau keluar sendiri atau dikeluarkan perusahaan.
- c. Pertimbangan lainnya.

10.4. Rekrutmen SDM Personalia Agribisnis

Suatu perusahaan dalam menjalankan usahanya membutuhkan tenaga kerja atau sumberdaya manusia. Kebutuhan tenaga kerja tersebut bisa disebabkan karena pembukaan usaha baru, perluasan usaha, untuk mengganti pekerja yang berhenti bekerja karena permintaan sendiri atau diberhentikan dengan tidak

hormat, meninmggal dunia dan sebagainya. Oleh karena itu, maka perlu dilakukan rekrutmen.

Machfoedz (2009) mengartikan rekrutmen sebagai proses penarikan pelamar pekerjaan yang memenuhi kualifikasi. Tujuan rekrutmen adalah untuk mendapatkan sejumlah pelamar yang sesuai dengan lowongan pekerjaan yang ditawarkan dan belum terisi. Menurut Ruky (2006) dalam Meldona (2009), rekrutmen dapat didefinisikan sebagai sebuah proses mencari dan menarik pelamar yang memenuhi syarat untuk mengisi jabatan/posisi tertentu yang lowong yang telah diidentifikasi dalam perencanaan sumberdaya manusia.

Proses rekrutmen menurut Meldona (2009) adalah sebagai berikut:

a. Penyusunan Strategi Rekrutmen.

Rekrutmen yang akan dilakukan diselaraskan dengan strategi perusahaan, serta rencana kegiatan yang diinginkan dan kebutuhan khusus yang ditentukan oleh perusahaan.

b. Perencanaan Rekrutmen

Perencanaan rekrutmen adalah proses kegiatan yang menghasilkan informasi tentang:

- 1) Berapa jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan;

- 2) Kapan menarik calon pelamar;
- 3) Bagaimana rekrutmen dilakukan;
- 4) Kriteria dan spesifikasi pelamar;
- 5) Tujuan yang harus dicapai; dan
- 6) Posisi entry.

c. Sumber-sumber rekrutmen

Terdapat dua sumber utama rekrutmen yang dapat digunakan, yaitu sumber internal dan sumber eksternal. Rekrutmen dari sumber internal dilakukan dengan mempertimbangkan karyawan yang ada di dalam perusahaan untuk mengisi lowongan pekerjaan atau jabatan yang dibutuhkan. Pola pelaksanaannya bisa dengan pola promosi yaitu mempromosikan ke jenjang yang lebih tinggi atau dengan pola mutasi, yaitu mengalih tugaskan dari satu posisi ke posisi lain yang sejajar.

d. Penyaringan

Penyaringan adalah proses memilih diantara pelamar untuk mendapatkan kandidat yang benar-benar sesuai dan yang memenuhi syarat. Alasan diskualifikasi haruslah merupakan kualifikasi berbobot yang berkenaan dengan pekerjaan, misalnya tingkat pendidikan yang tidak memadai.

e. Kumpulan pelamar.

Akhir dari kegiatan rekrutmen adalah tersedianya sejumlah calon karyawan baru yang siap untuk diajukan dalam proses seleksi.

10.5. Seleksi SDM (Personalia)

Seleksi adalah proses memilih sekelompok pelamar yang paling memenuhi kriteria untuk mengisi posisi atau lowongan pekerjaan yang tersedia berdasarkan kondisi yang ada pada saat ini. Proses seleksi ini tergantung pada 3 (tiga) masukan, yaitu analisis pekerjaan, perencanaan sumberdaya manusia, dan rekrutmen.

Analisis pekerjaan memberikan informasi terkait dengan deskripsi pekerjaan, spesifikasi pekerjaan dan standar kinerja yang dituntut oleh suatu pekerjaan. Perencanaan SDM mengidentifikasi pekerjaan dengan cara yang logis dan efektif. Selanjutnya tersedia sejumlah pelamar yang siap untuk diseleksi.

Kriteria seleksi biasanya bisa diringkas dalam beberapa kategori, yaitu: pendidikan, pengalaman kerja, kondisi fisik, karakteristik kepribadian dan tipe kepribadian.

1. Pendidikan Formal

Perusahaan agribisnis menetapkan syarat minimal pendidikan formal dan jenis pendidikan. Misalnya untuk bidang keuangan, kriterianya adalah sarjana akuntansi, untuk bidang produksi, kriterianya adalah sarjana pertanian dan sebagainya.

2. Pengalaman kerja

Perusahaan agribisnis sering menganggap bahwa pengalaman merupakan indikator yang baik untuk mengukur kemampuan dan sikap yang terkait dengan pekerjaan. Pengalaman ini bisanya dijadikan sebagai satu kriteria dalam penerimaan tenaga kerja.

3. Kondisi fisik

Pertimbangan bukanlah mengarah pada tindakan yang diskriminatif dan ilegal, tetapi berhubungan langsung dengan kemampuan aktivitas kerja. Misalnya, ketajaman penglihatan menjadi kriteria seorang pengamat hama dan penyakit tumbuhan.

4. Karakteristik kepribadian dan tipe kepribadian

Karakteristik kepribadian meliputi status perkawinan, jenis kelamin dan usia. Sedangkan tipe kepribadian merujuk pada sikap yang

dimiliki seseorang dalam hal berkomunikasi, bersosialisasi, bekerjasama, ketekunan terhadap tugas, kemandirian dan penyesuaian diri.

Tahapan seleksi dapat dikelompokkan menurut jenis-jenis aktivitas seleksi yang dilakukan, yaitu:

1. Seleksi Admintrasi

Seleksi administrasi yaitu seleksi surat-surat dari pelamar untuk menentukan apakah sudah sesuai dengan persyaratan yang diminta perusahaan atau belum, yang biasanya terdiri atas:

- 1) Surat lamaran
- 2) Ijazah
- 3) Riwayat hidup
- 4) Umur
- 5) Jenis kelamin
- 6) Status perkawinan
- 7) Pengalaman kerja
- 8) Domisili/keberadaan
- 9) Sertifikat keahlian
- 10) Pas foto

2. Seleksi Tertulis

Tes tertulis biasanya terdiri atas:

- 1) Tes kecerdasan (intelligence test)
- 2) Tes kepribadian (Personal test)
- 3) Tes Bakat (aptitude test)
- 4) Tes minat (Interest test)
- 5) Tes prestasi (Achievement test)

3. Seleksi tidak tertulis

- 1) Wawancara
- 2) Praktik
- 3) Tes Kesehatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Akridge, J. T., & Hand, M. S. (2019). "Strategic Agribusiness Management." Routledge.
- Alter, S. (2019). "Information Systems: A Management Perspective." Pearson.
- Anderson, J. R., & Feder, G. (2007). Agricultural Extension: Good Intentions and Hard Realities. The World Bank Research Observer, 22(2), 261-287.
- Arifin, R dan Biba, A. (2017). *Pengantar Agribisnis*. Mujahid Press.
- Aulia, M. R., & Nasution, A. (2023). Implementation of Barcode Systems in Oil Palm Plantation Companies to Increase Efficiency and Relationships with Smart People Implementasi Sistem Barcode pada Perusahaan Perkebunan Kelapa Sawit untuk Meningkatkan Efisiensi Serta hubungannya dengan Smart People. *Journal Homepage: <https://journal.irpi.or.id/index.php/ijeere>*, 3(2), 80-86.
- Badrudin. (2017). *Dasar-Dasar Manajemen*. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Barry, P. J., Ellinger, P. N., & Hopkin, J. A. (2018). "Principles of Agribusiness Management." Routledge.

- Battilani, Patrizia, et al. "Agricultural Cooperative Management and Development: New Models for New Markets." Springer, 2015.
- Beierlein, J. G., Schneeberger, K. C., & Osborn, T. J. (2017). "Principles of Agribusiness Management." Waveland Press.
- Bernier, J., & Meinzen-Dick, R. (2014). Innovation in Agricultural Finance. International Food Policy Research Institute (IFPRI).
- Berry, T. (2006). The Management Principles of Sustainable Industrial Agriculture: The Applicability of Conventional Theory. *Journal of Sustainable Agriculture*, 27(4), 5-24.
- Beulens, A. J., van Middelaar, D. P., & Trienekens, J. H. (2018). "Exploring the Impact of Blockchain on the Governance of Agri-Food Supply Chains—Insights from a Systematic Literature Review." *Sustainability*, 10(11), 4427.
- Boone, Louis E., dan David L. Kurtz. "Contemporary Marketing." Cengage Learning, 2018.
- BUMN Agribisnis: Panduan Praktis Agribisnis di Indonesia. Kementerian BUMN. (2019).
- Carter, M. R., & Barrett, C. B. (2006). The Economics of Poverty Traps and Persistent Poverty: An Asset-Based Approach. *The Journal of Development Studies*, 42(2), 178–199.

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice (7th ed.). Pearson.
- Chase, Richard B., et al. "Operations Management for Competitive Advantage." McGraw-Hill Education, 2018.
- Chopra, S., & Meindl, P. (2019). Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation (7th ed.). Pearson.
- Cobia, David W., dan Myron L. Joseph. "The Role of Cooperatives in Community Economic Development." *Journal of Cooperatives*, vol. 23, no. 1, 2008, pp. 19-39.
- Cook, Michael L., dan Todd L. Johnson. "The Role of Cooperatives in Global Food Systems." *Choices*, vol. 34, no. 1, 2019.
- Coppa, T., & Sánchez, E. (Eds.). (2020). The Role of Internet of Things (IoT) in Agriculture: Exploiting Data Analytics. Springer.
- Crawford, I.M. (2006). Agriculture and Food Marketing Management. *Marketing and Agribusiness Text, FAO Corporate Document Repository*.
- Doran, J. W., & Parkin, T. B. (Eds.). (1994). Defining Soil Quality for a Sustainable Environment. Soil Science Society of America.
- Doyle, Peter, and Phil Stern. "Marketing Management and Strategy." Pearson Education Limited, 2016.

- Effendi, U. (2018). *Asas Manajemen*. Rajawali Pers. Jakarta.
- Fajri.W.N. 2014. Contoh & Analisa Kasus MSDM (Manajemen Sumber Daya Manusia). witrinrlf.blogspot.co.id/2016/11/contoh-analisa-kasus-msdmmanajemen.html?m=1
- Feder, G., & Umali, D. L. (1993). The Adoption of Agricultural Innovations: A Review. *Technological Forecasting and Social Change*, 43(3-4), 215-239.
- Feder, G., Murgai, R., & Quizon, J. (2004). Sending Farmers Back to School: The Impact of Farmer Field Schools in Indonesia. *The Review of Economics and Statistics*, 86(2), 803-820.
- Ferrell, O. C., & Hartline, M. (2019). *Marketing Strategy* (8th ed.). South-Western Cengage Learning.
- Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). (2021). *The State of Food and Agriculture 2020. Food and Agriculture Organization of the United Nations*. Available at: <http://www.fao.org/3/ca9692en/ca9692en.pdf>
- Gine, X., & Klonner, S. (2006). Credit Constraints as a Barrier to Technology Adoption by the Poor: Lessons from South-Indian Small-Scale Fishery. Background paper for World Development Report 2008.
- Gómez-Barbero, M., & Berbel, J. (Eds.). (2019). *Vertical Farming and Urban Agriculture: Plant Factory Systems and Beyond*. Springer.

- Gómez-Limón, J. A., & Riesgo, L. (2018). "Decision-Making in Agribusiness: Concepts, Models, and Applications." Springer.
- Grant, Robert M. "Contemporary Strategy Analysis: Concepts, Techniques, Applications." Wiley, 2019.
- Hansmann, Henry. "The Ownership of Enterprise." Belknap Press, 1996.
- Heizer, Jay, et al. "Principles of Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management." Pearson, 2016.
- Isnaini, W. (2019). *Perencanaan Produksi*. UNIPMA Press. Jawa Timur.
- Jacobs, F. Robert, et al. "Operations and Supply Chain Management." McGraw-Hill Education, 2018.
- Kaynak, E. (1986). Food Marketing Systems: Less Developed Countries Practices. *Journal of Food Marketing*, pp. 21–37.
- Key, N., & Runsten, D. (1999). Contract Farming, Smallholder Incentives, and Risk Management: The Case of Chili in Vietnam. *American Journal of Agricultural Economics*, 81(4), 850–859.
- Kirwan, M. J. (2001). *Farm Management and Extension Education*. Wallingford: CABI Publishing.
- Koen, Peter A., et al. "Integrated Product Development." Wiley, 2015.

- Kohls, R.L., and Uhl, J.N. (1990). Marketing Of Agricultural Products, 7th edition, *Macmillan Publishing Company*, pp. 196–197.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, Philip, et al. "Principles of Marketing." Pearson Education, 2015.
- Kotler, Philip, et al. "Principles of Marketing." Pearson Education, 2020.
- Krajewski, Lee J., et al. "Operations Management: Processes and Supply Chains." Pearson, 2018.
- Kriesberg, M. (1974). Marketing Efficiency In Developing Countries. *Marketing Systems For Developing Countries. INCOMAS Proceedings, Izraeli, D., and Dafna*, pp. 18–29.
- Laudon, Kenneth C., and Jane P. Laudon. (2020). "Management Information Systems: Managing the Digital Firm." Pearson.
- Laudon, Kenneth C., dan Jane P. Laudon. "Management Information Systems: Managing the Digital Firm." Pearson, 2020.
- Lee, B. H., & Sumelius, J. (2019). Digital Agriculture Transformation Through Unmanned Aerial Vehicles (UAVs) and Blockchain Technology: A Systematic Literature Review. *Sustainability*, 11(24), 6981.
- Lobell, D. B., & Burke, M. B. (2010). On the Use of Statistical Models to Predict Crop Yield Responses

- to Climate Change. *Agricultural and Forest Meteorology*, 150(11), 1443-1452.
- Lubis, Z., Zarlis, M., & Aulia, M. R. (2023). Performance Analysis of Oil Palm Companies Based on Barcode System through Fit Viability Approach: Long Work as A Moderator Variable. *Aptisi Transactions on Technopreneurship (ATT)*, 5(1), 40-52.
- LUHT4235/3sks/Modul 1-9. Universitas Terbuka, Jakarta.
- Machfoedz.M. 2007. Pengantar Bisnis Modern. Penerbit C.V. Andi Offset. Yogyakarta.
- Manullang, M. (2008). *Dasar-Dasar Manajemen*. Gadjah Mada Universty Press. Yogyakarta.
- Mardia, Rizki, J., Amruddin, dkk. (2023). *Pengantar Pemasaran Agribisnis*. Penerbit Kita Menulis. Medan
- Meldona. 2009. Manajemen Sumberdaya Manusia Perspektif Integratif. Penerbit Uin Malang Press. Malang.
- Mishra, A. K., & Pal, S. (2020). Adoption and Impact of Farm Technologies in India: A Systematic Review. *International Journal of Agricultural Sustainability*, 18(1), 33-47.
- Morgan, C.M. (1984). Airfreighting High Value Perishables: Flowers From Colombia, J. Freivalds (ed). *Successful Agribusiness Management*. Gower Publishing Company, pp. 101-107.

- Muliyati, Amruddin dkk. (2022). *Dasar-Dasar Bisnis*. Penerbit Global Eksekutif Teknologi Press. Padang.
- Mustafa, Ramlan, et al. *Manajemen Agribisnis : Suatu Pengantar*. Edited by Suwandi, Suwandi, *Eureka Media Aksara*, 2023.
- Nasruddin.W dan Nuraeni.I. 2006. *Manajemen Agribisnis, Buku Materi Pokok*
- National Research Council. (2010). *Toward Sustainable Agricultural Systems in the 21st Century*. National Academies Press.
- Nichols, P. J. (2017). "Introduction to Agriculture: Agriscience and Agribusiness." Cengage Learning.
- Pretty, J. N., & Hine, R. E. (Eds.). (2001). *Reducing Food Poverty with Sustainable Agriculture: A Summary of New Evidence*. UK Department for International Development.
- Reardon, T., & Timmer, P. C. (Eds.). (2012). *The Economics of the Food System Revolution*. *Annual Review of Resource Economics*, 4, 225-264.
- Rosenzweig, C., & Hillel, D. (Eds.). (2015). *Climate Change and Agriculture: Interactions, Impacts and Adaptation*. Springer.
- Ross, David F., et al. "Introduction to Supply Chain Management Technologies." CRC Press, 2019.
- Saragih, B. (2000). *Agribisnis Sebagai Landasan Pembangunan Ekonomi Indonesia dalam Era Millenium Baru*. *Jurnal Studi Pembangunan*

Kemasyaraatan dan Lingkungan, Vol.2, No.1, Hal.1-9.

Scharf, P., & Sudduth, K. A. (Eds.). (2018). Precision Conservation: Geospatial Techniques for Agricultural and Natural Resources Conservation. CRC Press.

Schlenker, W., & Lobell, D. B. (2010). Robust Negative Impacts of Climate Change on African Agriculture. *Environmental Research Letters*, 5(1), 014010.

Siagian.R. 2003. Pengantar Manajemen Agribisnis. Penerbit Gadjah Mada

Simchi-Levi, D., Kaminsky, P., & Simchi-Levi, E. (2019). Designing and Managing the Supply Chain: Concepts, Strategies, and Case Studies (4th ed.). McGraw-Hill Education.

Singh, S. K., Singh, R. K., & Kumar, A. (Eds.). (2016). Agricultural Finance: An Overview. Springer.

Slack, Nigel, et al. "Operations Management." Pearson, 2016.

Smith, Andrew. "Implementing Just-In-Time: Building a Manufacturing System for the 21st Century." Productivity Press, 2011.

Smith, L.D. (1981). A Methodology For Measuring Marketing Costs And Margins For Foodstuffs In Developing Countries. *Post Harvest Operations: Workshop Proceedings, FAO Network And Centre For Agricultural Marketing Training In Eastern And Southern Africa, Harare, Zimbabwe*, pp. 37–83

- Soekartawi. (2010). *Agribisnis : Teori dan Aplikasinya*. Rajawali Press. Jakarta.
- Sørensen, C. G., & Bundgaard, K. (Eds.). (2017). *Precision Agriculture Technology for Crop Farming*. Springer.
- Sperling, L., & Loevinsohn, M. E. (Eds.). (2013). *Using Diversity: Enhancing and Maintaining Genetic Resources On-Farm*. Intermediate Technology Publications.
- Stanton, W. J., Etzel, M. J., & Walker, B. J. (2017). *Fundamentals of Marketing* (15th ed.). McGraw-Hill Education.
- Stevenson, William J. "Operations Management." McGraw-Hill Education, 2018.
- Stone, J. M., & Mativenga, P. T. (Eds.). (2019). *Robotics and Automation for Improving Agriculture*. CRC Press.
- Sulistyowati dan Putri, N.R.N. (2022). *Pengelolaan Ayam Ras Petelur dalam Meningkatkan Pendapatan Ditinjau dari Manajemen Bisnis Syariah*. Al-Muraqabah : Journal of Management and Sharia Business. Vol.2 No.2, Hal.166-189.
- Suryani.P dan Rahmadani.E. 2014. *Manajemen Agribisnis*. Penerbit Aswaja. Pressindo, Yogyakarta.
- Sutawi. (2007). *Kapita Selekta Agribisnis Peternakan*. UMM Press. Malang.

- Swinnen, J., & Squicciarini, M. (Eds.). (2019). *The Economics of Food and Agricultural Markets*. Routledge.
- Thornton, P. K. (Ed.). (2016). *Climate Change Impacts on Agriculture and Food Security in Africa: Current and Future Perspectives*. Springer.
- Tilman, D., & Downing, J. A. (1994). Biodiversity and Stability in Grasslands. *Nature*, 367(6461), 363-365.
- Turban, E., Leidner, D., McLean, E., & Wetherbe, J. (2019). "Information Technology for Management: Digital Strategies for Insight, Action, and Sustainable Performance." Wiley.
- Turvey, C. G. (2001). *Agricultural Risk Management*. Academic Press.
- University Press. Yogyakarta.
- Van der Vorst, J. G. A. J., & Beulens, A. J. M. (2002). Identifying Sources of Uncertainty to Generate Supply Chain Redesign Strategies. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 32(6), 409-430.
- Vlosky, R. P., & Smith-Holmes, G. (2019). "Agribusiness Management." CRC Press.
- Wandel, J., & Bugge, M. M. (1997). Environmental Impacts of Convenience Food: A Life Cycle Approach with Specific Focus on Margarine and Frozen Pizza. *British Food Journal*, 99(8), 309-317.

Wang, Qiang, et al. "Agricultural Big Data: From Digital Farming to Smart Agriculture." Springer, 2019.

Wolfert, S., Ge, L., Verdouw, C., & Bogaardt, M. J. (2017). "Big Data in Smart Farming: A review." *Agricultural Systems*, 153, 69-80.

Wolfert, S., Ge, L., Verdouw, C., & Bogaardt, M. J. (2017). "Big Data in Smart Farming: A review." *Agricultural Systems*, 153, 69-80.

KONSEP DASAR MANAJEMEN AGRIBISNIS

Pertanian dan agribisnis merupakan sektor yang vital dalam perekonomian global. Maka, pemahaman yang mendalam tentang prinsip-prinsip manajemen yang relevan sangatlah penting bagi kesuksesan dalam mengelola usaha di sektor ini. Dalam buku ini, kami mencoba untuk merangkum beragam konsep dasar manajemen agribisnis mulai dari perencanaan strategis, pengorganisasian, kepemimpinan, pengendalian kualitas, hingga evaluasi kinerja.

Kami menyadari bahwa topik ini memiliki kompleksitas yang tinggi, oleh karena itu, kami berusaha untuk menyajikan informasi dengan cara yang jelas, sistematis, dan komprehensif agar memudahkan pemahaman para pembaca. Kami juga menambahkan studi kasus, grafik, dan contoh praktis untuk memperkaya pembahasan dan memberikan gambaran yang lebih nyata.



IKAPI
INDONESIAN ASSOCIATION OF AGRICULTURAL BUSINESS



Penerbit Yayasan
Cendikia Mulia Mandiri



ISBN 978-625-8576-48-7



9

786238

576487