

PERENCANAAN PROGRAM PENINGKATAN PEMASARAN HASIL PRODUKSI PERTANIAN/PERKEBUNAN DI KOTA BATU

Maria Theresia Dian Kartikawati, Mardiyono, Mochamad Makmur

Program Magister Ilmu Administrasi Publik, Universitas Brawijaya, Jl. Veteran Malang

e-mail: dian_dipertabatu@yahoo.co.id

Abstract: The increase of quality and quantity of the most agricultural product in Batu City doesn't generate farmer's welfare. It is indicated by the decrease of Gross Regional Domestic Product (GRDP) percentage on the agriculture sector annually. It is assumed that the condition caused by marketing planning system. The research uses a descriptive method with a qualitative approach. Result of the research shows that the planning process in Batu City uses political, technocratic, participative and top-down and bottom-up approach. The planning process comprises the stages of investigation, problem formulation, resources identification, aim and target determination, work planning formulation, and budgeting. Key stakeholders who influence the planning process are the Batu City Mayor, Batu City Local Parliament and Batu City Agricultural and Forestry Agency, although society has also been involved. The program planning supporting factors are potential Batu resources, government policies that support funding factors, as well as the presence of mass media and universities. Inhibiting factors include socio-cultural attitudes that are difficult to accept change, the quality of the planning human resources that still need some improvement, lack of supporting data in the planning process, yet the evaluation of the impact, as well as global market conditions tighten competition marketing of agricultural products.

Keywords: *planning, marketing, program, stakeholder*

Abstrak: Peningkatan kualitas dan kuantitas sebagian besar hasil produksi pertanian yang ada di Kota Batu tidak diikuti oleh peningkatan kesejahteraan petani. Hal ini ditunjukkan oleh persentase Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) sektor pertanian yang semakin menurun dari tahun ke tahun. Kondisi ini disinyalir diakibatkan oleh sistem perencanaan pemasaran produk pertanian yang kurang tepat. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses perencanaan di Kota Batu menggunakan pendekatan politis, teknokratis, partisipatif serta *top-down* dan *bottom-up*. Proses perencanaan meliputi tahapan penyelidikan, perumusan masalah, pengidentifikasian daya dukung, penentuan tujuan dan target, perumusan rencana kerja dan penentuan anggaran. *Stakeholders* kunci yang berpengaruh pada proses perencanaan yaitu Walikota Batu, DPRD Kota Batu dan Dinas Pertanian dan Kehutanan Kota Batu, walaupun masyarakat juga telah terlibat di dalamnya. Adapun faktor pendukung perencanaan adalah potensi sumber daya yang dimiliki Kota Batu, kebijakan pemerintah yang mendukung faktor pendanaan, serta kehadiran media massa dan perguruan tinggi. Faktor penghambat meliputi sikap sosial kultural masyarakat yang susah menerima perubahan, kualitas sumber daya perencana yang masih perlu pembenahan, minimnya data pendukung dalam proses perencanaan, belum dilakukannya evaluasi dampak, serta kondisi pasar global yang memperketat persaingan pemasaran produk pertanian.

Kata kunci: perencanaan, pemasaran, program, stakeholder

PENDAHULUAN

Pemberlakuan Undang-Undang (UU) Nomor 32 Tahun 2004^[1] tentang Pemerintah Daerah telah memberikan perubahan dalam sistem pemerintahan yang ada di Indonesia. Perubahan tersebut yaitu dari sistem pemerintahan sentralisasi menjadi sistem pemerintahan desentralisasi yang mengarah pada peran setiap daerah untuk melakukan pembangunan di daerahnya masing-masing. Oleh karenanya diperlukan suatu perencanaan pembangunan daerah yang tepat. Perencanaan menjadi kata kunci kebijakan pembangunan yang akan diambil.

Menurut UU Nomor 25 Tahun 2004^[2] tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional disebutkan bahwa perencanaan diartikan sebagai suatu proses untuk menentukan tindakan masa depan yang tepat, melalui urutan pilihan, dengan memperhitungkan sumber daya yang tersedia. Lebih lanjut Riyadi dan Bratakusumah (2003:7)^[3] mendefinisikan perencanaan pembangunan daerah sebagai suatu proses perencanaan pembangunan yang dimaksudkan untuk melakukan perubahan menuju arah perkembangan yang lebih baik bagi suatu komunitas masyarakat, pemerintah dan lingkungannya dalam wilayah/daerah tertentu, dengan memanfaatkan atau mendayagunakan berbagai sumber daya yang ada, dan harus memiliki orientasi yang bersifat menyeluruh, lengkap tapi tetap berpegang pada azas prioritas. Janssen (1995), dalam Riyadi dan Bratakusumah (2003:8)^[3] menambahkan bahwa perencanaan pembangunan daerah wajib memperhatikan hal-hal yang bersifat kompleks, sehingga prosesnya harus memperhitungkan kemampuan sumber daya yang ada, baik sumber daya manusia (SDM), sumber daya fisik, sumber daya alam (SDA), keuangan, serta sumber-sumber daya lainnya. Dalam konteks ini Janssen menyebutnya sebagai pembangunan *endogen* atau pembangunan berbasis potensi.

Pernyataan Janssen di atas juga dikuatkan oleh pendapat Supranto dan Limakrisna (2011:10)^[4] yang menyatakan bahwa beberapa hal yang harus diperhatikan dalam aktivitas ekonomi suatu daerah diantaranya meliputi: 1.) potensi ekonomi apa yang dimiliki daerah yang bersangkutan; 2.) prioritas pengembangan ekonomi dari potensi daerahnya tersebut; 3.) setelah mampu mengenali potensi dan prioritas apakah mereka mampu menjual dan memasarkan prioritas daerahnya; 4.) setelah mampu memasarkan, apakah ada investor datang dan mampu mengelolanya.

Kota Batu merupakan kota dengan potensi pertanian dan pariwisata yang menonjol. Letak Kota Batu yang berada pada ketinggian 600 sampai dengan 1.900 meter di atas permukaan laut (m.dpl) menjadikannya berpotensi untuk pengembangan tanaman hortikultura. Perkembangan jenis tanaman ini walaupun mengalami fluktuasi namun produksi dan produktivitasnya cenderung stabil dari tahun ke tahun, kecuali untuk produksi apel. Pada tabel 1 disajikan data produksi dan produktivitas tanaman hortikultura yang ada di Kota Batu selama kurun waktu lima tahun terakhir.

Tabel 1. Data Produksi Beberapa Tanaman Hortikultura Unggulan Kota Batu Tahun 2009-2013

Komoditi	Tahun				
	2009	2010	2011	2012	2013
Kentang (ku)	85.803,48	27.611	50.842	73.320	76.251
Kobis (ku)	105.637,92	49.705	49.253	36.293	40.6664
Wortel (ku)	91.316,85	49.672	97.105	100.381	82.732
Sawi (ku)	149.497,92	84.278	50.343	60.280	39.947
Bawang merah (ku)	59.594,52	38.745	35.521	36.951	24.691
Bawang putih (ku)	2.535,12	9.902	14.379	6.613	4.134
Apel (ku)	1.291.352	842.799	777.336	748.076	833.915
Jeruk (ku)	79.721,81	79.033	132.731	149.035	154.897
Mawar potong (tangkai)	179.272.707	178.526.396	178.810.496	180.712.275	181.348.659
Krisan Potong (tangkai)	1.676.807.700	16.844.027	22.037.548	23.501.288	24.387.520

Sumber: Dinas Pertanian dan Kehutanan Kota Batu, 2014.

Besarnya potensi pertanian hortikultura dan olahannya yang ada di Kota Batu membutuhkan suatu perencanaan yang bermuara pada tujuan akhir meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Perencanaan bukan hanya terkait pada produksi dan produktivitas tanaman saja, akan tetapi juga pada sektor pemasaran hasil pertanian yang mampu memberikan keuntungan bagi pelaku agribisnis, baik kelompok maupun perseorangan. Ditinjau dari segi kualitas, produksi pertanian Kota Batu telah mengarah pada dihasilkannya produk organik. Penetapan beberapa desa menjadi sentra tanaman organik menjadi bukti nyata upaya tersebut. Di sisi lain kuantitas produksi juga cenderung stabil, bahkan untuk beberapa produk justru mengalami peningkatan, seperti tercermin pada tabel 1. Selanjutnya, peningkatan kualitas dan kuantitas produk pertanian tersebut bila dikaitkan dengan penggunaan lahan pertanian yang menurun dari tahun ke tahun menunjukkan bahwa teknologi budidaya pertanian telah dapat diterapkan dalam keseharian kegiatan *on-farm*. Data penurunan penggunaan lahan disajikan pada tabel 2.

Tabel 2 Data Luasan Lahan Pertanian Kota Batu Tahun 2008-2013

Jenis Lahan	Tahun					
	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Sawah	2.528	2.528	2.516	2.436	2.436	2.436
Lahan pertanian non sawah (tegal, pekarangan)	4.151,57	4.144	4.144	4.067,09	4.067,09	4.067,09

Sumber: Dinas Pertanian dan Kehutanan Kota Batu, 2014.

Hal yang menjadi permasalahan kemudian adalah penerapan teknik budidaya yang telah mampu meningkatkan kualitas dan kuantitas hasil produksi pertanian, tidak diikuti dengan peningkatan persentase Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) sektor yang sama. Penurunan persentase PDRB sektor pertanian yang terjadi beberapa tahun terakhir disinyalir mengindikasikan perkembangannya yang kurang optimal. Bila kondisi *on-farm* tidak bermasalah maka indikasi permasalahan disinyalir mengarah pada bidang pemasaran. Tabel 3 menyajikan perbandingan persentase PDRB sektor pertanian dengan PDRB total Kota Batu atas dasar harga berlaku dan harga konstan dari tahun 2008 s/d 2012.

Tabel 3 Perbandingan Nilai dan Kontribusi Sektor Pertanian dalam PDRB atas Dasar Harga Berlaku dan Harga Konstan dari Tahun 2008 s/d 2012

Tahun	PDRB atas Harga Berlaku			PDRB atas Harga Konstan		
	PDRB Sektor Pertanian	PDRB Total	Persentase*)	PDRB Sektor Pertanian	PDRB Total	Persentase*)
2008	490.871,98	2.524.551,63	19,44	260.734,94	1.244.946,54	20,94
2009	531.163,35	2.851.689,98	18,63	276.609,23	1.331.992,60	20,77
2010	590.056,43	3.255.765,04	18,12	291.877,84	1.432.193,90	20,38
2011	660.771,82	3.697.778,68	17,87	306.163,18	1.547.387,28	19,79
2012	740.000,41	4.185.987,61	17,68	319.584,97	1.674.982,52	19,08

Sumber: Biro Pusat Statistik Kota Batu, 2014

Keterangan: *) = data diolah

Pemasaran produk pertanian memang merupakan tahap krusial dalam keseluruhan proses pertanian. Sebaik-baiknya produk dihasilkan, apabila tidak diimbangi dengan strategi pemasaran yang

baik akan mendatangkan kerugian. Kerugian tersebut dikarenakan hasil panen yang melimpah pada akhirnya tidak sampai ke tangan konsumen dan menghasilkan keuntungan bagi produsen, dalam hal ini petani. Sifat produk hortikultura yang mudah busuk (*perishable*) serta membutuhkan ruang dan biaya yang besar dalam pengelolaannya (*voluminous and bulky*) ditengarai menjadi kendala utama dalam proses penyimpanan sehingga membutuhkan strategi pemasaran yang tepat. Selain itu ketidakseragaman produk dan sifatnya yang musiman juga sedikit banyak mempengaruhi pemasarannya.

Tantangan pemasaran sendiri dewasa ini, menurut Kotler dan Armstrong (2001:28)^[5] bergulat pada perubahan nilai pelanggan dan orientasi; kemacetan ekonomi; kerusakan lingkungan; peningkatan persaingan global, serta; sejumlah permasalahan ekonomi, politik dan sosial lainnya. Selain itu ledakan teknologi informasi; globalisasi yang cepat; perubahan ekonomi dunia, serta; imbauan untuk tindakan tanggung jawab sosial yang lebih besar juga turut menyumbang andil dalam merumuskan strategi pemasaran yang harus diambil. Faktor-faktor tersebut merupakan faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh produsen, sedangkan faktor lain yang dapat dikendalikan meliputi bauran pemasaran yang terdiri atas: produk (*product*); harga (*price*); distribusi (*place*), serta; promosi (*promotion*).

Lebih lanjut Kotler dan Armstrong (2001:71-75)^[5] menjelaskan bahwa bauran pemasaran sebagai seperangkat alat pemasaran taktis dan terkontrol yang dipadukan oleh produsen untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran. Bauran pemasaran yang terdiri dari 4P (*product, price, place, promotion*) seperti diuraikan di atas memiliki kekuatannya masing-masing yang harus bersinergi satu sama lain. Produk merupakan kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan produsen kepada pasar sasaran. Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk memperoleh produk. Distribusi meliputi aktivitas produsen agar produk mudah didapatkan konsumen sasarannya. Promosi berarti aktivitas mengkomunikasikan keunggulan produk serta membujuk pelanggan sasaran untuk membeli produk tersebut. Suatu program pemasaran yang efektif harus memadukan seluruh elemen pemasaran ke dalam suatu program koordinasi yang dirancang untuk meraih tujuan pemasaran produsen dengan mempersembahkan nilai kepada konsumen. Bauran pemasaran ini menciptakan seperangkat alat untuk membangun posisi yang kuat dalam pasar sasaran.

Berpijak pada kesadaran akan pentingnya pemasaran produk pertanian dan olahannya dalam upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat, Pemerintah Kota Batu melalui Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD)^[6] menetapkan sasaran prioritas pembangunan pertaniannya pada sektor pemasaran hasil pertanian. Berdasarkan RPJMD tersebut, Dinas Pertanian dan Kehutanan Kota Batu kemudian menindaklanjutinya dalam Perencanaan Strategis (Renstra)^[7] pada uraian misi yang kelima yaitu meningkatkan promosi dan daya saing produk pertanian lokal. Misi tersebut memiliki tujuan terwujudnya jaringan pemasaran yang luas, kontinyu dan berdaya saing. Untuk mencapai tujuan tersebut dipilihlah Program Peningkatan Pemasaran Hasil Pertanian/Perkebunan yang diharapkan mampu menjawab permasalahan yang ada. Adapun penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis: 1.) perencanaan Program Peningkatan Pemasaran Hasil Pertanian/ Perkebunan di Kota Batu; 2.) *stakeholders* yang terlibat dalam perencanaan program dimaksud serta peran mereka, dan; 3.) faktor-faktor pendukung dan penghambat perencanaan program.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di Kota Batu yang memiliki potensi pengembangan pertanian yang cukup besar. Potensi pertanian Kota Batu mengalami kecenderungan meningkat dalam hal kualitas dan kuantitas produksi, akan tetapi potensi tersebut belum sepenuhnya mampu memberikan kesejahteraan bagi pelaku agribis (petani) baik perseorangan maupun kelompok dikarenakan sistem pemasaran produk pertanian yang belum tergarap sempurna.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data diperoleh melalui wawancara mendalam (*indepth interview*), observasi dan dokumen. Informan dipilih secara *purposive* yang meliputi unsur pemerintah, masyarakat dan swasta.

Teknik analisis data menggunakan teknik analisis menurut Miles dan Huberman (1992:20)^[8] yang terdiri atas tiga tahap yaitu reduksi data, penyajian dan pengambilan kesimpulan. Analisis data dilakukan secara terus menerus dari selama penelitian dilakukan. Keabsahan data dilakukan dengan uji kepercayaan, keteralihan, ketergantungan dan kepastian.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data penelitian dilakukan melalui teknik wawancara secara mendalam (*indepth interview*), observasi dan studi dokumen. Wawancara dilakukan secara tidak terstruktur (*unstructured*) namun tidak terlepas dari kerangka fokus penelitian. Observasi dilakukan melalui pengamatan langsung di lapang selama proses penelitian berlangsung. Studi dokumen dilakukan melalui pendalaman dokumen, bahan panduan, arsip, peraturan perundangan maupun data lain yang terkait permasalahan perencanaan program peningkatan pemasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perencanaan Program Peningkatan Pemasaran Hasil Produksi Pertanian/ Perkebunan di Kota Batu

Permasalahan umum yang banyak terjadi di bidang pemasaran hasil pertanian di Kota Batu hampir sama seperti permasalahan yang muncul di kawasan-kawasan pertanian lain di Indonesia. Permasalahan *pertama* berkaitan dengan keberadaan produk dimana kebanyakan petani di Kota Batu sebenarnya sudah dapat menghasilkan produk pertanian dengan kualitas yang cukup baik, namun belum dapat mewujudkan kontinuitasnya. Sikap petani yang sulit diarahkan untuk melakukan sistem penanaman bertahap dan spesifik komoditas menjadi alasan utama kegagalan upaya kontinuitas produk. Kontinuitas produk sendiri sebenarnya menjadi kunci utama pengendalian harga yang dapat menguntungkan petani. Permasalahan *kedua* berkaitan dengan saluran distribusi. Keterbatasan saluran distribusi disinyalir menjadikan dominasi peran tengkulak lebih kuat dari waktu ke waktu. Permasalahan *ketiga* terkait harga produk. Produk berlimpah saat panen raya mengakibatkan harga anjlok. Untuk mengatasi hal ini maka disusunlah perencanaan pembuatan *cold storage* yang bertujuan untuk menahan produk saat terjadinya panen raya dan kemudian memasarkannya saat harga kembali normal. Yang menjadi permasalahan kemudian adalah tingginya biaya operasional yang hingga saat ini masih dalam tahap koordinasi dengan seluruh pihak yang terkait. Permasalahan *keempat* berhubungan dengan promosi. Metode promosi baru yang lebih efektif diperlukan untuk mempercepat pencapaian tujuan program, selain itu ketersediaan informasi potensi pengembangan produk pertanian juga masih perlu disempurnakan. Informasi yang dimaksud disini diantaranya data kapasitas produksi dan keterangan-keterangan lain yang berkaitan dengan kemampuan pengembangan produksi mereka.

Program Peningkatan Pemasaran Hasil Produksi Pertanian/Perkebunan di Kota Batu memiliki empat tujuan pokok yaitu penciptaan kondisi pemasaran yang menguntungkan bagi petani dengan meminimalkan peran tengkulak, penstabilan harga produk pertanian, peningkatan pengembangan usaha pertanian dan agribisnis dan pada tahap akhir yaitu menciptakan kesejahteraan petani. Tujuan yang *pertama* yaitu meminimalan peran dan dominasi tengkulak dalam sistem pemasaran produk pertanian dilakukan dengan jalan perencanaan pembukaan jalur distribusi baru di Puspa Agro, pembukaan *outlet-outlet* dan pasar agribisnis di masing-masing kecamatan yang ada di Kota Batu serta melakukan kerjasama dengan pihak swasta yaitu PHRI. Tujuan *kedua* dari perencanaan program ini yaitu pencapaian kestabilan harga produk pertanian yang dilakukan dengan jalan mengusahakan kontinuitas produk pertanian dengan sasaran awal merubah sikap dan mentalitas petani itu sendiri,

upaya yang lain berupa perencanaan fasilitas *cold storage* untuk pengaturan arus keluar masuk barang. Tujuan perencanaan bidang pemasaran yang *ketiga* yaitu peningkatan kemampuan petani dan pelaku agribisnis dalam usahanya yang dilakukan dengan promosi dan fasilitasi sarana dan prasarana yang dibutuhkan. Apabila segala kondisi di atas berjalan sesuai dengan perencanaan awal maka arah penyusunan program pemasaran yang terakhir yaitu peningkatan kesejahteraan petani akan dapat diwujudkan.

Perencanaan Program Peningkatan Pemasaran Hasil Produksi Pertanian/Perkebunan di Kota Batu menggunakan empat macam pendekatan yang mengacu pada UU Nomor 25 Tahun 2004^[2] tentang SPPN dimana perencanaan program ini telah memenuhi pendekatan politik, teknokratis, partisipatif dan perencanaan *top-down* dan *bottom-up*. Pendekatan politik yang dimaksud adalah perencanaan program ini tidak terlepas dari visi Walikota Batu yang menitikberatkan pembangunannya pada sektor pertanian yang mencakup pula masalah pemasarannya. Seperti dikatakan oleh Abe (2005:75-76)^[9] bahwa perencanaan pembangunan di daerah senantiasa terpengaruh oleh kondisi politik yang ada. Hasil perencanaan pembangunan di daerah merupakan bauran antara dinamika sosial yang ada dengan negosiasi politik. Pendekatan perencanaan berikutnya yaitu pendekatan partisipatif dimana perencanaan program pemasaran produk pertanian Kota Batu telah sedikit banyak melibatkan masyarakat sebagai penerima manfaat. Hal ini dibuktikan dengan perencanaan Kegiatan Fasilitasi Kerjasama Regional/Nasional/Internasional Penyediaan Hasil Produksi Pertanian/Perkebunan yang memfasilitasi penyewaan lapak di Puspa Agro sesuai keinginan dan kebutuhan masyarakat. Pendekatan perencanaan yang lain yaitu pendekatan *top-down* dan *bottom-up*.

Program Peningkatan Pemasaran Hasil Produksi Pertanian/Perkebunan di Kota Batu juga menggunakan pendekatan ini dalam penyusunan perencanaannya. Pendekatan *top-down* tercermin pada perencanaan pembangunan pasar agribisnis di tiap kecamatan yang akan diwujudkan tahun 2015 yang bersumber pada dana DAK, dengan pendampingan dana DAU sebesar sepuluh persen, sedangkan pendekatan *bottom-up* sendiri dilakukan Dinas Pertanian dan Kehutanan Kota Batu sebagai institusi terendah yang berupaya menyikapi kebutuhan masyarakat. Pendekatan yang terakhir yaitu pendekatan teknokratis dengan melibatkan peran aktif perguruan tinggi, instansi spesifik lainnya maupun orang yang berkompeten di bidang pemasaran untuk turut serta memberikan sumbangsih pemikiran dan bantuannya dalam menghadapi permasalahan pemasaran yang ada.

Proses perencanaan Program Peningkatan Pemasaran Hasil Produksi Pertanian/Perkebunan yang dilakukan oleh Dinas Pertanian dan Kehutanan Kota Batu merupakan proses yang berkesinambungan dari tahun ke tahun dengan melibatkan program-program lainnya guna pencapaian tujuan yang lebih cepat. Mencermati kondisi proses perencanaan program yang telah dan sedang berjalan dapat disimpulkan bahwa proses perencanaan program lebih mengacu pada teori proses perencanaan yang diajukan oleh Abe (2005:77-84)^[9]. Proses perencanaan ini terdiri atas tahap penyelidikan, perumusan masalah, pengidentifikasian daya dukung, penentuan tujuan dan target, perumusan rencana kerja dan penentuan anggaran.

Tahap pertama yaitu penyelidikan dilakukan dengan inventarisasi permasalahan yang ada yang dilakukan bidang terkait dengan terjun langsung melihat kondisi lapang dan menampung permasalahan-permasalahan yang ada. Inventarisasi permasalahan yang berkaitan dengan sektor pemasaran juga dibantu PPL yang intensitas komunikasinya lebih besar dan dekat dengan petani. *Tahap kedua*, setelah penginventarisasi ini dirasa cukup maka dilakukan identifikasi permasalahan mana yang merupakan permasalahan utama dan *urgen* untuk segera diselesaikan. Pengidentifikasian ini biasanya dilakukan bidang terkait dengan menghadirkan petani sebagai pihak yang akan menerima manfaat program nantinya, PPL hingga pihak-pihak lain yang terkait erat nantinya dengan pelaksanaan program setelah tahap perencanaan diimplementasikan. *Tahap ketiga*, tahap identifikasi daya dukung merupakan tahapan yang sering terlupakan. Daya dukung yang diperlukan selalu

berhubungan dengan persoalan yang dihadapi, tujuan yang ingin dicapai dan aktivitas yang akan dilakukan. Pada tahapan ini keberadaan data yang akurat terkait dengan permasalahan yang akan dipecahkan sangat dibutuhkan, namun hal ini sering justru menjadi kendala terbesarnya. *Tahap keempat* ialah penentuan tujuan dan target dimana tujuan program haruslah mengacu pada kebutuhan masyarakat, dalam hal ini petani, yang telah dipahami oleh perencana sejak tahap awal tadi.

Penentuan target sendiri dilandasi oleh kemampuan perencana dalam memprediksi apa yang terjadi ke depan. Pada tahapan ini perencana harus benar-benar memperhitungkan apakah program akan berlangsung dalam jangka waktu yang pendek, menengah atau panjang. *Tahap kelima* merupakan tahap perumusan rencana kerja, tahapan ini membutuhkan kemampuan pembuatan konsep yang baik dan jeli dari perencana. Tahapan ini sering berbentuk rapat-rapat koordinasi yang dilakukan secara intern maupun ekstern. *Tahap keenam* yang merupakan tahap terakhir yaitu tahap perencanaan anggaran dimana pada tahapan ini disusun pengalokasian anggaran yang sesuai dengan kebutuhan pelaksanaan program nantinya. Penyusunan anggaran juga dipengaruhi kebijakan yang berlaku dan syarat administrasi yang harus dipenuhi untuk kemudahan implementasi program ke depannya.

Dari hasil penelitian dapat disarikan bahwa proses perencanaan Program Peningkatan Pemasaran Hasil Produksi Pertanian/Perkebunan di Kota Batu belum mencapai model perencanaan ideal yang diajukan oleh Bendavid-Val (1991), dalam Kuncoro (2012:53)^[10]. Proses perencanaan Program Peningkatan Pemasaran Hasil Produksi Pertanian/Perkebunan masih terbatas hingga tahap penentuan anggaran. Proses perencanaan program belum mencakup tahap evaluasi secara menyeluruh. Evaluasi memang diadakan setiap tahunnya berkaitan dengan penggunaan dana dan persentase pelaksanaan kegiatan, namun tahap evaluasi dampak pelaksanaan program bagi masyarakat belum banyak tersentuh. Evaluasi dampak sangat dibutuhkan untuk mengetahui seberapa besar program bermanfaat bagi masyarakat. Seperti dikemukakan oleh Bendavid-Val (1991), dalam Kuncoro (2012:53)^[10], bahwa perencanaan yang ideal seharusnya membentuk suatu siklus yang tak berkesudahan dengan disertai perbaikan-perbaikan. Perbaikan program sendiri hanya dapat diwujudkan dengan pelaksanaan evaluasi dampak. Evaluasi dampak memungkinkan perubahan kisaran perencanaan dari tahun ke tahun yang diarahkan untuk mempercepat tercapainya tujuan program

Stakeholders yang Terlibat dalam Perencanaan Program Peningkatan Pemasaran Hasil Produksi Pertanian/Perkebunan di Kota Batu dan Peranannya

Suatu perencanaan program yang baik merupakan perencanaan yang lahir dari hasil interaksi komponen-komponen yang ada di dalamnya, yang selanjutnya disebut *stakeholders*. Crosby (1992), dalam Iqbal (2007:90), mengelompokkan *stakeholders* menjadi tiga yaitu *stakeholder* utama, *stakeholder* penunjang dan *stakeholder* kunci. Tabel 4 menyajikan pengidentifikasian *stakeholders* dalam perencanaan Program Peningkatan Pemasaran Hasil Produksi Pertanian/Perkebunan di Kota Batu:

Tabel 4 Pengelompokan *Stakeholders* dalam Perencanaan Program Peningkatan Pemasaran Hasil Produksi Pertanian/Perkebunan di Kota Batu

Jenis Pemangku Kepentingan (<i>Stakeholders</i>)		
<i>Stakeholders</i> Utama	<i>Stakeholders</i> Penunjang	<i>Stakeholders</i> Kunci
Terlibat: <ul style="list-style-type: none"> - Petani - Kelompok tani dan gapoktan - Pelaku agribisnis olahan produk pertanian dalam skala kecil hingga menengah - Tengkulak 	Terlibat: <ul style="list-style-type: none"> - Praktisi/pengusaha besar dalam upaya kemitraan dengan petani - Perguruan tinggi - Media massa - Bappeda dan BPKAD Belum terlihat: <ul style="list-style-type: none"> - PHRI - SKPD lain yang terkait selain Bappeda dan BPKAD 	Terlibat: <ul style="list-style-type: none"> - Walikota Batu - DPRD Kota Batu - Dinas Pertanian dan Kehutanan Kota Batu

Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2014.

Dalam kasus ini, petani, kelompok tani maupun gapoktan, pelaku agribisnis olahan dalam skala kecil dan menengah serta tengkulak digolongkan dalam *stakeholder* utama karena mereka menerima dampak dari suatu program perencanaan pembangunan pertanian di bidang pemasaran. Petani, kelompok tani maupun gapoktan dan pelaku agribisnis olahan dalam skala kecil dan menengah menerima dampak positif berupa kestabilan harga dan adanya kemungkinan pengembangan potensi yang dimiliki. Hal ini bertentangan dengan tengkulak yang justru mendapat dampak negatif dari perencanaan dan implementasi program ini. Tengkulak akan tergeser dominasinya apabila perencanaan program ini memperoleh keberhasilan di kemudian hari.

Pada *stakeholders* penunjang terdapat peran yang telah terlibat secara langsung yaitu praktisi/pengusaha besar dalam upaya kemitraan dengan petani, perguruan tinggi, media massa serta Bappeda dan BPKAD. Di sisi lain peran yang masih samar terlihat keterlibatannya adalah PHRI serta SKPD lain diluar Bappeda dan BPKAD. *Stakeholders* penunjang merupakan mereka yang tidak secara langsung terlibat dalam perencanaan program namun memiliki perhatian yang besar dalam perencanaan dan pelaksanaan program. Keberadaan mereka mampu mendorong keberhasilan maupun kegagalan suatu perencanaan program.

Stakeholders kunci yang terlibat dalam perencanaan program pertanian yaitu Walikota Batu, DPRD Kota Batu dan Dinas Pertanian dan Kehutanan Kota Batu. Ketiganya terlibat secara aktif dan bertanggung jawab atas keberhasilan maupun kegagalan program. Ketiga *stakeholders* tersebut saling berhubungan dan memiliki peran yang saling berhubungan satu dengan lainnya.

Adapun peran setiap *stakeholder* yang terlibat dalam perencanaan Program Peningkatan Hasil Pertanian/Perkebunan di Kota Batu disajikan pada tabel 5.

Tabel 5 Peran *Stakeholders* dalam Perencanaan Program Peningkatan Pemasaran Hasil Produksi Pertanian/Perkebunan di Kota Batu

No	Stakeholders	Rincian	Peran
1	Masyarakat	Petani, kelompok tani dan gapoktan, serta pelaku agribisnis olahan produk pertanian dalam skala kecil hingga menengah	<ul style="list-style-type: none"> - Penerima manfaat program dalam arti positif - Merupakan pihak yang memiliki permasalahan dan membutuhkan solusi
2	Pemerintah Daerah	Walikota Batu	<ul style="list-style-type: none"> - Menentukan arah kebijakan pembangunan pertanian, termasuk mengenai pemasaran, sebagai wujud dari visi misi yang ditetapkan
		DPRD Kota Batu	<ul style="list-style-type: none"> - Persetujuan anggaran dalam perencanaan - Fungsi monitoring dan evaluasi pertanggungjawaban perencanaan dan pelaksanaan kegiatan
		Dinas Pertanian dan Kehutanan Kota Batu	<ul style="list-style-type: none"> - Lembaga teknis yang bertanggung jawab langsung dalam perencanaan dan implementasi program peningkatan pemasaran hasil pertanian - Fasilitasi sarana prasarana pertanian yang mendukung program - Fungsi promosi
		Bappeda Kota Batu	<ul style="list-style-type: none"> - Lembaga perencana pembangunan di tingkat kota yang melakukan penyeleksian terhadap usulan perencanaan program dan kegiatan yang diajukan SKPD terkait untuk disesuaikan dengan visi misi kepala daerah dan kebutuhan masyarakat
		Dinas Koperindag	<ul style="list-style-type: none"> - Lembaga teknis yang bertugas dalam operasionalisasi yang berkaitan dengan pasar - Fungsi promosi
		Dinas Pariwisata	<ul style="list-style-type: none"> - Fungsi promosi
		BPKAD	<ul style="list-style-type: none"> - Lembaga yang berkaitan dengan keuangan yang bertanggung jawab dalam pengesahan perencanaan penggunaan anggaran setelah mendapat persetujuan Dewan, serta menjamin kelancaran pelaksanaan program dan kegiatan berkaitan dengan ketersediaan anggaran

Lanjutan Tabel 5. Peran Stakeholders dalam Perencanaan Program Peningkatan Pemasaran Hasil Produksi Pertanian/Perkebunan di Kota Batu

No	Stakeholders	Rincian	Peran
3	Swasta	PHRI	- Saluran distribusi baru yang diharapkan mampu memberikan kestabilan harga produk pertanian
		Praktisi/pengusaha besar dalam upaya kemitraan dengan petani	- Memberikan transfer pengetahuan dan bimbingan kepada petani - Mengupayakan adanya kemitraan yang turut mengangkat kesejahteraan petani
		Tengkulak	- Penerima manfaat program dalam arti negatif atau dengan kata lain keberadaannya mendorong adanya perencanaan program
4	Lainnya	Media massa	- Fungsi penyampaian informasi
		Perguruan tinggi	- Perencanaan kualifikasi paket teknologi yang berhubungan dengan infrastruktur pertanian yang menyangkut pemasaran - Narasumber dalam kegiatan pelatihan mengenai penanganan pasca panen dan pemasaran yang diadakan dinas terkait

Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2014.

Dari hasil penelitian dapat disarikan bahwa Program Peningkatan Pemasaran Hasil Produksi Pertanian/Perkebunan di Kota Batu belum banyak melibatkan *stakeholders* yang seharusnya turut berperan aktif. Belum optimalnya keterlibatan setiap *stakeholders* mengakibatkan perencanaan program berjalan relatif stagnan dan kurang inovatif. Keterlibatan semua pihak yang berkepentingan sebenarnya justru dapat menstimulasi lahirnya kegiatan-kegiatan baru yang inovatif dan dapat menjawab permasalahan yang secara nyata terjadi di lapang. Inovasi kegiatan ini mungkin akan sulit diwujudkan di awal mengingat adanya aturan-aturan yang membatasi, namun disinilah peran pemerintah diuji untuk lebih jeli dalam mencari celah guna memenuhi pemenuhan aspirasi masyarakat. Peran pemerintah yang kompak menjadi kunci untuk mewujudkan hal ini.

Faktor-faktor Pendukung dan Penghambat Perencanaan Program Peningkatan Pemasaran Hasil Produksi Pertanian/ Perkebunan di Kota Batu

Faktor Pendukung

Dalam perencanaan pembangunan daerah Jansen (1995), dalam Riyadi dan Bratakusumah (2003:8)^[3], menyatakan bahwa SDA, SDM, sumber daya fisik, keuangan dan sumber daya lainnya yang dimiliki secara spesifik oleh suatu daerah merupakan hal yang mampu mendukung keberhasilan perencanaan. Potensi SDA yang didukung potensi ekonomi yang cukup menjanjikan sebagai imbas dari *image* Batu sebagai kota wisata merupakan modal yang cukup untuk perencanaan program peningkatan pemasaran hasil pertanian. Keberadaan potensi SDA tersebut, ditambah dengan adanya SDM yang banyak bergerak di sektor pertanian disertai kelembagaan pertanian yang telah banyak terbentuk. Selain itu, keberadaan sumber daya fisik yang telah ada namun belum dimanfaatkan secara optimal juga menjadi satu nilai tambah.

Faktor pendukung selanjutnya yaitu adanya kebijakan pemerintah yang mendukung, baik itu Pemerintah Pusat, Pemerintah Provinsi maupun Pemerintah Daerah. Kebijakan tersebut akan memberikan kemudahan dalam penyusunan perencanaan program. Kebijakan juga berpengaruh pada pendanaan yang nantinya harus dipenuhi untuk proses pelaksanaan kegiatan. Hal ini seperti yang dinyatakan oleh Riyadi dan Bratakusumah (2003:15-39)^[3] bahwa pendanaan akan mempengaruhi perencanaan program dan proyek-proyek yang berada pada tingkat di bawahnya.

Dari hasil penelitian dapat disarikan bahwa faktor internal dan eksternal merupakan modal utama yang dimiliki suatu daerah untuk melakukan perencanaan pembangunan. Bila faktor internal lebih mengarah pada ketersediaan sumber daya dalam proses perencanaan sebagai modal awal, maka faktor eksternal bertindak sebagai penunjang yang tidak dapat dipisahkan. Keduanya bila bersinergi dalam takaran yang tepat akan menghasilkan perencanaan yang baik.

Faktor Penghambat

Faktor penghambat yang pertama yaitu kondisi sosial masyarakat Kota Batu yang sulit menghadapi perubahan dalam hal penerimaan inovasi baru terutama dalam proses mewujudkan kontinuitas produk. Perubahan sosial kultural masyarakat menurut Koentjaraningrat (1990:235-239)^[12] dalam teorinya mengenai evolusi sosial memang tidak dapat dilakukan secara cepat. Perubahan sosial kultural masyarakat harus diawali dengan penyimpangan sifat seseorang atau sekelompok orang yang berlangsung terus menerus dan diikuti oleh kelompok yang lain. Dalam konteks ini minimnya jumlah petani yang termotivasi melakukan perubahan sistem pola tanam yang mengarah pada pemenuhan kontinuitas produk menjadi alasan semakin lamanya proses perubahan tersebut terjadi.

Faktor kedua yaitu faktor SDM perencana yang masih perlu ditingkatkan. Minimnya inovasi kegiatan baru di sektor promosi hasil pertanian serta koordinasi yang kurang antara berbagai pihak yang berperan dalam perencanaan program menjadi masalah tersendiri sehingga program yang dihasilkan tidak terintegrasi secara sempurna. Hal ini diperparah pula dengan minimnya ketersediaan data yang akurat dalam proses penyusunan perencanaan. Menurut Conyers dan Hills (1990:67)^[13] kurangnya koordinasi antar perencana dan minimnya data dapat mempengaruhi efektivitas perencanaan program yang dibuat. Hal ini dikarenakan data merupakan acuan awal dan akhir suatu program yang mampu menunjukkan peningkatan, penurunan maupun stagnasi hasil pelaksanaan program guna proses perencanaan selanjutnya.

Faktor evaluasi juga menjadi faktor penghambat perencanaan. Evaluasi yang dilakukan pada konteks formalitas mengakibatkan perencanaan program dari tahun ke tahun berjalan relatif sama dan minim inovasi. Seperti diungkapkan oleh Riyadi dan Bratakusumah (2003:24-30)^[3] bahwa seharusnya seorang perencana mampu merumuskan rencana aksi dari perencanaan yang telah dibuat serta melaksanakannya dengan dibarengi oleh evaluasi perencanaan yang baik.

Faktor penghambat terakhir yaitu faktor eksternal berupa adanya pasar global. Kondisi pasar global yang memudahkan arus perdagangan produk pertanian antar negara akan mengakibatkan persaingan harga yang lebih kompetitif. Bila hal ini diimbangi dengan minimnya perlindungan terhadap harga produk pertanian maka faktor ini dapat menjadi penghambat yang besar dalam perencanaan.

Dari hasil penelitian dapat disarikan bahwa faktor penghambat merupakan hal yang senantiasa hadir dalam proses perencanaan program. Faktor penghambat mengarah pada permasalahan-permasalahan yang harus dihadapi demi tercapainya tujuan program. Faktor penghambat seharusnya sudah dapat diprediksi pada awal proses perencanaan sehingga efek yang ditimbulkan oleh faktor-faktor tersebut dapat diminimalkan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa: Proses perencanaan di Kota Batu menggunakan pendekatan politis, teknokratis, partisipatif serta top-down dan bottom-up. Proses perencanaan meliputi tahapan penyelidikan, perumusan masalah, pengidentifikasian daya dukung, penentuan tujuan dan target, perumusan rencana kerja dan penentuan anggaran.

Stakeholders pada Program Peningkatan Pemasaran Hasil Produksi Pertanian/ Perkebunan di Kota Batu terdiri dari masyarakat, pemerintah, swasta dan pihak lain yang berkaitan seperti perguruan tinggi dan media massa. Peran masyarakat diwakili oleh petani, kelompok tani dan gapoktan, serta pelaku agribisnis olahan produk pertanian dalam skala kecil hingga menengah yang berperan sebagai penerima manfaat program dalam arti positif. Peran pemerintah diwakili oleh tiga peran kunci yaitu Walikota Batu, DPRD Kota Batu dan Dinas Pertanian dan Kehutanan Kota Batu. Peran Walikota Batu sebagai penentu arah kebijakan pembangunan pertanian, sedangkan peran DPRD Kota Batu lebih ke arah persetujuan anggaran dalam perencanaan serta fungsi monitoring dan evaluasi pertanggungjawaban perencanaan dan pelaksanaan kegiatan. Dinas Pertanian dan Kehutanan Kota Batu berlaku sebagai lembaga teknis yang bertanggung jawab langsung dalam proses perencanaan dan implementasi program, selain sebagai fasilitator sarana prasarana pertanian yang mendukung program serta fungsi promosi. Peran swasta diwakili oleh PHRI, praktisi/ pengusaha besar dalam upaya kemitraan dengan petani serta tengkulak. Adapun peran mereka sebagai saluran distribusi yang diharapkan mampu memberikan kestabilan harga produk pertanian.

Faktor pendukung perencanaan program adalah SDA dan SDM yang mendukung pengembangan potensi pertanian; infrastruktur yang belum termanfaatkan secara optimal; kebijakan Pemerintah Daerah, Pemerintah Provinsi serta Pemerintah Pusat yang sejalan dan mendukung kelancaran faktor pendanaan; telah terbentuknya kelembagaan pertanian di tingkat masyarakat, serta; kehadiran media massa dan perguruan tinggi yang mempermudah proses perencanaan. Faktor penghambat meliputi sikap sosial kultural masyarakat yang susah menerima perubahan, kualitas sumber daya perencana yang masih perlu pembenahan, minimnya data pendukung dalam proses perencanaan, belum adanya evaluasi yang dilakukan secara menyeluruh guna mengetahui dampak pelaksanaan program untuk proses perencanaan selanjutnya, serta kondisi pasar global yang memperketat persaingan pemasaran produk pertanian.

DAFTAR RUJUKAN

- Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah.
- Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional.
- Riyadi, dan Deddy Supriady Bratakusumah. 2003. *Perencanaan Pembangunan Daerah*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Supranto, Johannes dan Nandan Limakrisna. 2011. *Pemasaran untuk Pimpinan Sektor Publik dan Organisasi Nirlaba yang Visioner*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid Satu Edisi Kedelapan*. Diterjemahkan oleh Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga.
- Pemerintah Kota Batu. 2012. Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kota Batu 2012-2017.
- Dinas Pertanian dan Kehutanan Kota Batu. 2012. Rencana Strategis Dinas Pertanian dan Kehutanan Kota Batu Tahun 2012-2017.
- Miles, Matthew B dan A Michael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif*. Diterjemahkan oleh Tjejep Rohendi Rohidi. Jakarta: UI-Press.
- Abe, Alexander. 2005. *Perencanaan Daerah Partisipatif*. Yogyakarta: Pembaruan.
- Kuncoro, Mudrajad. 2012. *Perencanaan Daerah Bagaimana Membangun Ekonomi Lokal, Kota dan Kawasan?*. Jakarta: Salemba Empat

REFORMASI

ISSN 2088-7469 (Paper) ISSN 2407-6864 (Online)

Vol. 5, No. 1, 2015

Iqbal, Muhammad. 2007. *Analisis Peran Pemangku Kepentingan dan Implementasinya dalam Pembangunan Pertanian*. Dimuat dalam Jurnal Litbang Pertanian Volume 26 Seri 3 Tahun 2007.

Koentjaraningrat. 1990. *Pengantar Antropologi*. Jakarta: Rineka Cipta.

Conyers, Diana dan Peter Hills. 1990. *An Introduction to Development Planning in The Third World*. New York: John Wiley & Sons.